



วารสาร มทร.อีสาน

ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567)



วารสาร มทร.อีสาน

RMUTI JOURNAL

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Rajamangala University of Technology Isan (RMUTI)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านวิชาการ ด้านงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ระหว่างนักวิชาการ และนักวิจัยกับผู้สนใจทั่วไป
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ของนักวิชาการและนักวิจัยสู่สาธารณชน

หลักเกณฑ์การส่งบทความ

วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เน้นรับบทความทางด้าน Social Sciences ในสาขาวิชา General Arts and Humanities, General Business, Management and Accounting, Marketing, Organizational Behavior and Human Resource Management และ General Social Sciences

ประเภทของบทความที่ตีพิมพ์ บทความวิจัย และ บทความวิชาการ

กระบวนการพิจารณาบทความ ใช้กระบวนการพิจารณาบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ต่อ 1 บทความ บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อ กันและกัน (double-blind review)

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

744 ถ.สุนทราราม ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ 0 - 4423 - 3063 โทรสาร 0 - 4423 - 3064

E-mail : rmuti.journal@gmail.com

ตีพิมพ์เผยแพร่ราย 6 เดือน ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน

ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม

ลิขสิทธิ์

ต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และบทความในวารสารเป็นแนวคิดของผู้แต่ง มิใช่เป็นความคิดของคณะกรรมการจัดทำวารสาร และมิใช่เป็นความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วารสาร มทร.อีสาน
ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
RMUTI JOURNAL
Humanities and Social Sciences

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.โมษิต	ศรีภูธร	อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ระวี	ระวีกุล	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองศาสตราจารย์ ดร.วีรชัย	พุทธรังค์	ประธานหลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต นิติวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ประครอง	ตันเสถียร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล	ดอนขวา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต	ไข่มุกด์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา	กาญจนวิสุทธิ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.มาลัย	ทวิสุข	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร	ไชยะ	มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน	พรหมโสภา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์	จิตต์น้อม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
----------------------------------	-----------	----------------------------------

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์นรินทร์	ปิศจัตุรัส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
-----------------------------------	------------	----------------------------------

ฝ่ายจัดการและธุรการ

นางสาววลีรักษ์	ศรีศิลป์ไชย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
----------------	-------------	----------------------------------

สารบัญ (Table of Contents)

บทความวิจัย (Research Articles)

การพัฒนาภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยเพื่อเสริมสร้างความตั้งใจในการใช้บริการของผู้โดยสาร	1
The Developing the Image and Quality of Services of the State Railway of Thailand to Strengthen the Passengers' intentions	
วิรัตน์ บุตรวาปี, สุกานดา กลิ่นขจร และอนิรุธ พัฒนาประสาท	
Wirat Butwapee, Sukanda Klinkhajon, and Anirut Pipatprapa	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	13
The Factors Affecting to Performance Efficiency of General Administration Officer, King Mongkut's University of Technology North Bangkok	
ชรินทร์ จินดา	
Charindhorn Jinda	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	25
Factors Affecting the Perception of the Logistics Service Quality of Thailand Post Company Limited	
ลัดดาวัลย์ ลำราญ, กฤติพงษ์ สุตการ, ณัฐดา ขุนภักดิ์, พรณภัส แซ่มช้อย, ศศิภา ศรีเดช และโสรัยา สุภาพล	
Laddawan Someran, Kittipong Suttakan, Natlada Khunpakde, Phonnapas Chaemchoy, Sasipha Sridech, and Soraya Supaphol	
ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท	36
The Relationship Between Environment Social and Governance Disclosure and Profitability of the Companies	
จิรณัฐ เหมราช, นวลปรางค์ แจบไธสง และสมใจ บุญหมื่นไวย	
Chiranat Hemmarat, Nualprang Chaepthaisong, and Somjai Boonmuenwai	
การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร	49
Wellness Tourism Route Design of Dusit District, Bangkok	
ชลิต เชียบพิมาย, นิสากร นครเก่า, พีรวิชญ์ สิงมาพะ และนฤตม์ชัย สมใจ	
Chalit Chiabphimai, Nisakorn Nakornkao, Peravich Singkhala, and Narutchai Somjai	
ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	64
Corporate Governance Factors Influencing Firm Performance of Listed Company on the Stock Exchange of Thailand	
ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว และพิธาน แสนภักดี	
Pathompong Kookkaew and Pitan Sanpakdee	

สารบัญ (Table of Contents) (ต่อ)

บทความวิจัย (Research Articles) (ต่อ)

คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด -19 Service Quality and Brand Image Affecting Thai Passenger Loyalty Towards Low-Cost Airlines After the Corona Virus Disease-19 ปภพพัชร วังษ์ประคอง และนิสรา แพทย์รังสี <i>Paphapat Vongprakong and Nisara Paetharangsi</i>	77
ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะ ในแม่น้ำเจ้าพระยา The Relationship Between Service Quality and Satisfaction of People who use Public Passenger Boats in the Chao Phraya River ชัยวัช คำเจ๊ก และวิลาสินี จินตลิขิตดี <i>Chaitawat Khamjek and Vilasinee Jintalikhitdee</i>	90
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการประชาชนของตำรวจนครบาล 4 Causal Relationship of Variables Affecting the Metropolitan Police Service 4 พิชศาล พันธุ์วัฒนา <i>Pitsarn Phanwattana</i>	103

การพัฒนาภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย
เพื่อเสริมสร้างความตั้งใจในการใช้บริการของผู้โดยสาร

The Developing the Image and Quality of Services of the State Railway of Thailand to Strengthen the Passengers' intentions

วิรัตน์ บุตรวารี* สุกานดา กลิ่นขจร และอนิรุท พิพัฒน์ประภา

Wirat Butwapee* Sukanda Klinkhajon and Anirut Pipatprapa

Received: June 25, 2024; Revised: May 28, 2024; Accepted: May 29, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการและความตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย และศึกษาภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน 280 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการศึกษพบว่า ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่นำมาทดสอบแบบจำลอง ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้วยสถิติ $\chi^2 = 244.064$, $df = 74$, $p\text{-value} = 0.000$, $CFI = 0.957$ และ $RMSEA = 0.085$ และอธิบายได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการ โดยมีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.042 ($p = 0.993$) แต่พบว่า มีอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แสดงถึงขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.811 ส่วนภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์แสดงถึงขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.991 และคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์แสดงถึงขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.907 จากผลการวิจัยข้างต้นชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญอย่างยิ่งโดยเฉพาะการบริการเป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตนและจับต้องไม่ได้ ซึ่งคุณภาพการบริการยังเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีอีกด้วย

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์องค์กร; คุณภาพการบริการ; ความตั้งใจใช้บริการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan

* Corresponding Author, Tel. 08 7441 8333, E - mail: wirat.bu@rmuti.ac.th

Abstract

This research aimed to study the organizational image that affects service quality and users' intention services of the State Railway of Thailand and to study the organizational image and service quality that affected users' intention services of the State Railway of Thailand. The random sampling 280 users who used the services of the State Railway of Thailand and the structured questionnaire was used to collect needed data. Descriptive Statistics, and Inferential Statistics were used for data analysis by using structure equation model. The results of the analysis of the developed structural equation model were consistent with the empirical data which were collected from the target samples were tested with the same covariance, which passed the standard statistical criteria of $\chi^2 = 244.064$, $df = 74$, $p\text{-value} = 0.000$, $CFI = 0.957$ and $RMSEA = 0.085$. The results revealed that organizational image had not direct influence users' intention of using services with the magnitude of influence was 0.042 ($p = 0.993$), but found that it had an indirect influence through service quality at statistical significance at 0.01 with the magnitude of indirect effect was 0.811. While the organizational image had direct influence on service quality at the statistical significance level of 0.01 and the coefficient value that represented for magnitude of influence was 0.991. Moreover, service quality had a positive directly influence users' intention of using services at the statistical significance level at 0.01 and the coefficient value that represented for magnitude of influence was 0.907. From the above finding, it indicated that the service quality is great importance, especially the services are products which are intangible so the service quality is also something that helps to support the organization to have a good image as well.

Keywords: Organizational Image; Service Quality; Intention Using Services

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การคมนาคมขนส่งเป็นกิจกรรมที่สำคัญทางเศรษฐกิจที่เติบโตและพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและยังมีส่วนในการเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในสังคม การติดต่อไปมาหาสู่กัน การทำธุรกิจร่วมกันตลอดจนการท่องเที่ยวและการเดินทางในชีวิตประจำวันช่วยเชื่อมโยงการพัฒนาจากเมืองใหญ่สู่ภูมิภาค จังหวัดและชนบท ซึ่งรูปแบบการเดินทางขนส่งสาธารณะระหว่างจังหวัดมีระยะทางทั้งไกลและใกล้ จึงมีผลต่อการเลือกใช้ประเภทการขนส่งสาธารณะที่เหมาะสมกับระยะทาง และค่าใช้จ่าย โดยการเดินทางระยะไกลนิยมใช้การเดินทางขนส่งสาธารณะหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น รถทัวร์ รถตู้ รถไฟ เครื่องบิน เรือ เป็นต้น ซึ่งรถไฟไทยมีบทบาทสำคัญในการขนส่งผู้โดยสารที่แตกต่างจากการขนส่งประเภทอื่น โดยสามารถให้บริการขนส่งผู้โดยสารได้ครั้งละมาก ๆ ประหยัดการใช้น้ำมัน เนื่องจากการขนส่งทางรถไฟใช้พลังงานต่อหน่วยการขนส่งมากกว่าการขนส่งทางถนนหลายเท่าตัว อีกทั้งยังมีความปลอดภัยมากกว่าอีกด้วย จากการศึกษาการขนส่งทางถนนมีอุบัติเหตุถึงขั้นบาดเจ็บหรือเสียชีวิตต่อหน่วยการขนส่งสูงกว่าการขนส่งก๊าซและของเสียที่เป็นอันตรายน้อยกว่าการขนส่งประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ประเทศไทยในอดีตถือว่าเป็นประเทศที่มีรถไฟใช้เป็นอันดับต้น ๆ ของเอเชีย โดยมีการตั้งกรมการรถไฟในปี พ.ศ. 2433 หลังจากนั้นมีการพัฒนาระบบรถไฟไทยอย่างต่อเนื่อง แต่การพัฒนาถือว่าเป็นไปอย่างล่าช้าจึงได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบรถไฟในประเทศเดิมที่ใช้

รถไฟแบบธรรมดาให้เป็นระบบรถไฟความเร็วสูง โดยเริ่มมีการศึกษาโครงการรถไฟความเร็วสูงในปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) และรัฐบาลมีการเปิดทางให้ต่างประเทศได้ศึกษาแนวเส้นทาง เนื่องจากประเทศไทยมีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งมีอาณาเขตติดต่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศลาว ประเทศกัมพูชา และประเทศมาเลเซีย จึงอยู่ในสถานะของการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียได้ ดังนั้น การขนส่งระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาประเทศจึงเป็นนโยบายที่รัฐบาลให้ความสำคัญเพื่อเป็นการสร้างแรงดึงดูดจากการลงทุนจากต่างประเทศ และการขนส่งระหว่างประเทศในภูมิภาค (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2556)

ความต้องการจำเป็นในการรับบริการสินค้าสาธารณะประเภทรถไฟรางคู่ และรถไฟความเร็วสูงนั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง การศึกษานี้จึงมีความจำเป็นมากในอนาคต เพราะจะทำให้เศรษฐกิจในประเทศดีขึ้นต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศเพิ่มมากขึ้น หากต้องการทำให้เกิดประโยชน์และตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ภาครัฐควรจะต้องศึกษาสาเหตุถึงปัญหาในปัจจุบันที่เป็นปัญหาอย่างแท้จริงเพื่อที่จะแก้ปัญหาในอนาคตได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ การสำรวจปัญหาหรือความต้องการของผู้ใช้บริการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะทำให้การศึกษานี้หรือการรถไฟได้รับความเชื่อถือและมีความเป็นไปได้สูงที่จะได้รับการสนับสนุน (สุวิมล, 2547) และสามารถกำหนดแผนงานที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการป้องกันการสูญเสียทรัพยากรกับการดำเนินงานที่ไม่ได้ผ่านการวิเคราะห์การดำเนินงานอย่างแท้จริง ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโดยการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย เนื่องจากทั้ง 2 ตัวแปร เป็นสิ่งที่สำคัญที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งจะทำให้เกิดการวางแผนพัฒนาคุณภาพการบริการ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับความตั้งใจในการใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์หรือจินตภาพ หมายถึง ภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่องหรือภาพที่อยู่ในความนึกคิดของแต่ละปัจเจกบุคคล โดยที่ Kotler, P. (Kotler, P., 2000) อธิบายไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามิต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ นอกจากนี้ Jefkins, F. (Jefkins, F., 1993) ได้อธิบายภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ หมายถึง ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่งซึ่งหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่ประชาชนรับรู้ สัมผัส และได้มีประสบการณ์ และรู้จักเข้าใจในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านอัตลักษณ์ขององค์กร เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ เป็นต้น ซึ่งองค์ประกอบของภาพลักษณ์มีความเกี่ยวข้องเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ภาพลักษณ์ขององค์กรสามารถแยกเป็นส่วน ๆ ได้ 4 ส่วน ดังนี้ 1) องค์ประกอบเชิงการรับรู้ ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่สังเกตโดยตรงนำไปสู่การรับรู้หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้นั่นเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ จะได้ภาพของสิ่งแวดลอมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้ 2) องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่ได้จากการสังเกตสิ่งทีถูกรับรู้ เป็นความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของคุณสมบัติ มีความแตกต่างกัน 3) องค์ประกอบเชิงความรู้สึก ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคล ชอบหรือไม่ชอบ ยอมรับหรือไม่ยอมรับที่มีผลต่อสิ่งต่าง ๆ และ 4) องค์ประกอบเชิงการกระทำ ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้นอันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก (Boulding, K. E., 1975) ซึ่งในมุมมองภาพลักษณ์เพื่อการส่งเสริมทางการตลาดที่พึงประสงค์กับองค์กรธุรกิจ

โดย Kotler, P. (Kotler, P., 2000) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นวิธีที่ประชาชนหรือผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับบริษัทองค์กรหรือสินค้าและบริการขององค์กร โดยภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัยที่อยู่ภายใต้การควบคุมของธุรกิจ ดังนั้นองค์กรธุรกิจทั่วไปสามารถกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่อาศัยทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ส่วน มาเป็นแนวทางการพิจารณาภาพลักษณ์ ซึ่ง Kotler, P. (Kotler, P., 2000) แบ่งภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจออกเป็น 6 ด้านดังนี้ 1) ด้านสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย เป็นเรื่องเกี่ยวกับสินค้า เช่น สินค้ามีคุณภาพดี น่าเชื่อถือ สินค้ามีความทันสมัย สินค้ามีความแตกต่างโดดเด่น เป็นต้น 2) ด้านราคาเกี่ยวกับเรื่องของราคาสินค้าหรือบริการ เช่น การมีราคาที่ยุติธรรมและมีความเหมาะสม 3) ด้านช่องทางการกระจายสินค้า เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า การเข้าถึงสินค้าที่ได้เข้าถึงได้ง่ายของผู้บริโภค การมีสถานที่จัดจำหน่ายที่ทั่วถึงและครอบคลุมมีความสะดวกสบาย มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อความทันสมัยและรวดเร็วของช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสื่อสารผ่านบุคคล 5) ด้านบริการ เป็นเรื่องของประสิทธิภาพในการบริการซึ่งเกิดขึ้นจากพนักงานให้บริการและระบบของการบริการ และ 6) ด้านองค์กร เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรที่มีความแตกต่างกันโดยยี่ห้อหลักการ องค์กรที่ดีของสังคมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ หรือองค์กรที่ใส่ใจในเรื่องของการรักษาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงเรื่องของความมั่นคงขององค์กร ความทันสมัย ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นต้น จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง คุณภาพการบริการเป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศหรือความเหนือกว่าการบริการ (Parasuraman, A. et al., 1985) คุณภาพการบริการตามแนวคิดทางการตลาดของ Kotler, P. (Kotler, P., 1994) กล่าวว่า ผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังถ้าพบว่าบริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้นมากกว่าบริการ คุณภาพบริการที่คาดหวังผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ ประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ส่วน Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (Parasuraman, A. et al., 1988) กล่าวว่า คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค หมายถึง การประเมินหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการโดยภาพรวม และคุณภาพการให้บริการเป็นความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือปรารถนากับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจริง การรับรู้คุณภาพการบริการเท่ากับ บริการที่ได้รับ - บริการที่คาดหวัง (Parasuraman, A. et al., 1990)

ปัจจัยหลัก ๆ ที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการประเมินคุณภาพการมารับการบริการ และเป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการประกอบด้วย 5 ประการดังนี้ 1) ลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น 2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของการบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือและสามารถให้ความไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่สามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว 4) การให้ความมั่นใจต่อลูกค้า หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการรวมถึงทักษะความรู้ ความสามารถของผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยวาจา และกริยามารยาทที่สุภาพและนุ่มนวล ติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และ 5) การเข้าใจและเห็นใจผู้รับบริการ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่และเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการ (Parasuraman, A. et al., 1990)

ดังนั้น ผู้รับบริการจะประเมินความพึงพอใจในการบริการโดยรับรู้จากองค์ประกอบซึ่งองค์การบริการจัดการเตรียมไว้ให้ลูกค้าใน 3 ประเภท ได้แก่ 1) ผลลัพธ์บริการ เช่น โรงแรมมีการให้บริการห้องพัก การจัดเลี้ยง ห้องประชุม เป็นต้น 2) สภาพแวดล้อมของการบริการ เช่น การออกแบบตกแต่งสถานที่ การใช้อุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวก เป็นต้น และ 3) การนำเสนอบริการ ได้แก่ พฤติกรรมการให้บริการของผู้ให้บริการ เช่น อธิบายไมตรีของพนักงาน บุคลิกภาพ อากัปกิริยา การสื่อสารโต้ตอบ การเอาใจใส่ เป็นต้น (Rust, R. T. and Oliver, R. L., 1994) ดังนั้น พนักงานบริการถือเป็นเกณฑ์หนึ่งในการใช้วัดคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้ ซึ่งเป็นเรื่องยากที่จะแยกผู้ให้บริการออกจากบริการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Tenner, A. R. and Detoro, I. J. (Tenner, A. R. and Detoro, I. J., 1992) ซึ่งกล่าวว่า เป็นการยากที่จะจำแนกผู้ให้บริการออกจากบริการ ดังนั้น การประเมิน “ความพึงพอใจ” และ “คุณภาพการบริการ” จึงน่าจะสามารถวัดจาก “ผู้ให้บริการ” ได้ด้วย จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 2 และ 3

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ

ความตั้งใจใช้บริการ

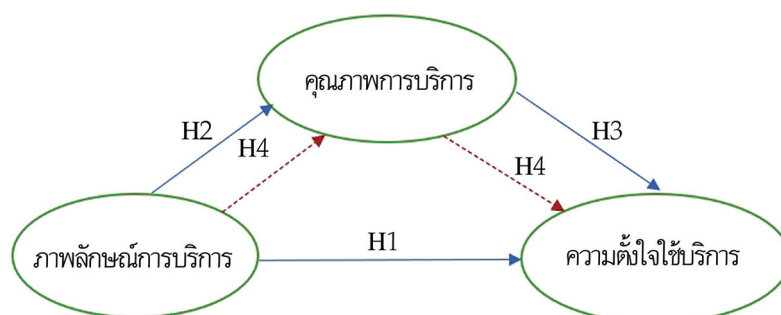
ความตั้งใจใช้บริการเป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (TBI: Theory of Behavioral Intention) เป็นความพยายามที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลมีความทุ่มเทหรือพยายามที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นด้วยความเต็มใจที่จะใช้บริการ แนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ และการกลับมาใช้บริการนั้นอีก ความตั้งใจใช้บริการเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจและความพึงพอใจของผู้บริโภค

พฤติกรรมกระบวนการตัดสินใจจะประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ 1) การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการเป็นขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจ 2) การเสาะแสวงหาข่าวสารโดยแสวงหาข่าวสารจากภายในความทรงจำ โดยปกติก็จะต้องทำการเสาะแสวงหาจากแหล่งภายนอก 3) การประเมินทางเลือก และมีการใช้เกณฑ์ในการประเมินทางเลือกเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผลลัพธ์ 4) การซื้อมักเกิดขึ้นในร้านค้าปลีก อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญที่ต้องมีคือ พนักงานขายที่มีความชำนาญสูง 5) การอุปโภคบริโภคหรือการใช้บริการนั้น 6) การประเมินทางเลือกหลังซื้อ ซึ่งขั้นที่ 5) และ 6) มีความผูกพันกันอย่างใกล้ชิด เรื่องที่น่าสนใจคือความพอใจของผู้บริโภคและรักษาความพอใจนั้นไว้ได้ และ 7) การจัดการกับสิ่งเหลือใช้ ผู้บริโภคพบทางเลือกที่จะทิ้งผลลัพธ์ ทำให้กลับสภาพเดิม หรือทำการตลาดซ้ำอีก นอกจากนี้พฤติกรรม การซื้อซ้ำเป็นการแสดงถึงความจงรักภักดีต่อตราห้อย (Brand Loyalty) และความจงรักภักดีต่อตราห้อยเป็นพันธมิตรทางจิตวิทยาต่อตราห้อยแต่การซื้อเป็นการซื้ออีกบ่อย ๆ ในตราเดิม อีกทั้งการสื่อสารปากต่อปากยังเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

Grewal, R., Cline, T. W., and Davies, A. (Grewal, R. et al., 2003) กล่าวว่า การสื่อสารแบบปากต่อปาก เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันระหว่างผู้บริโภค ส่วน Arch, G. W. and M. Wayne Delozier (Arch, G. W. and M. Wayne Delozier, 1967) และ Rogers, E. M. (Rogers, E. M., 1995) กล่าวว่า การสื่อสารแบบปากต่อปาก เป็นการสื่อสารกันด้วยการพูดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีจุดประสงค์ทางด้านธุรกิจ เป็นการสนทนากันตามปกติธรรมดาเพื่อแสดงความรู้สึก แสดงความ คิดเห็นต่อสินค้าหรือตราห้อยนั้น ๆ และบอกต่อกันไปเรื่อย ๆ ดังนั้น ผู้บริโภคสามารถแสวงหาข้อมูลที่ เกี่ยวกับตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการและบริษัทผู้ผลิตได้จากข้อมูลการสื่อสาร แบบปากต่อปาก (East, R. et al., 2008) นอกจากนี้การสื่อสารแบบปากต่อปากยังเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสินค้าและบริการของผู้บริโภค (Smith, D. et al., 2005) อีกทั้งยังเป็นข้อมูลที่มีพลังต่อการยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ของสินค้าและบริการ (Gilly, M. C. et al., 1998) เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อถือในการสื่อสารแบบปากต่อปากในหมู่ผู้บริโภคด้วยกันเองมากกว่า แหล่งข้อมูลที่มีจุดประสงค์ด้านธุรกิจ เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ ทางหนังสือพิมพ์ หรือทางวิทยุที่เน้นการตลาดพยายามจัดทำขึ้น (Engel, J. F. et al., 1969)

นอกจากนี้ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้รับบริการมีความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ ๆ คือ ความพึงพอใจ ซึ่งความพึงพอใจในการบริการของผู้บริโภค คือ ความเชื่อมั่น และเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการในการนำส่งสินค้าและบริการที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค (Vavra Terry, G., 1992) นอกจากนี้ Person, J. L. (Person, J. L., 1993) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคคือการที่สินค้าหรือบริการสามารถเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคได้ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและเมื่อเน้นการซื้อหรือการใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นและบ่อยครั้งขึ้นโดยจะบอกไปยังบุคคลใกล้ชิดต่อไป ดังนั้น ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสภาวะทางจิตใจของลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอหรือมากกว่าในด้านความจำเป็น ความต้องการและความคาดหวังในตัวสินค้า หรือบริการซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำ และความภักดีในตราสินค้า สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตามระดับความพึงพอใจ คือกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กลุ่มลูกค้าที่พึงพอใจ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก จากการวิจัยของแอนตันและเดอรอยเตอร์ ในปี ค.ศ. 1992 พบว่าพฤติกรรมในการตอบสนองต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าทั้งสามกลุ่มจะมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะมีการต่อว่า และพูดถึงบริษัทในทางที่ไม่ดี กลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะมีพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก จะมีการบอกต่อถึงความดีเด่นของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการ ดังนั้นกรอบแนวคิดการวิจัยดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: (Kotler, P., 2000; Parasuraman, A. et al., 1988)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสะท้อนตัวแปรแต่ละปัจจัยโดยปรับปรุงจากแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) โดยวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยม คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 - 20 คนต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ในการวิจัย (Hair, J. F. J. et al., 1998) ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 14 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อย $10 \times 14 = 140$ ถึง $20 \times 14 = 280$ ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยแบบสอบถามได้รับการทดสอบทั้งความเที่ยงเชิงเนื้อหา (IOC) ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 (Rovinelli, R. J. and Hambleton, R. K., 1977) และทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.961 - 0.965 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 (Schmitt, N., 1996)

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งแบบจำลอง

ที่พัฒนาขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาค่าสถิติไค-สแควร์ ลัมพาร์ต (χ^2/df) มีค่าน้อยกว่า 3 (Hair, J. et al., 2010) และมีค่าระหว่าง 2.00 - 5.00 (Bollen, K. A., 1989; Kelloway, K. E., 1998; Fan, X. and Sivo, S., 2005; Shamer, S. et al., 2005; Goffin, R. D., 2007; Steiger, J. H., 2007; Diamantopoulos, A. and Siguaw, J. A., 2000) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป (Kelloway, K. E., 1998; Hu, L. and Bentler, P. M., 1999) และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าต่ำกว่า 0.06 (Hu, L. and Bentler, P. M., 1999) และการหาค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.60 และค่าเฉลี่ยของการผันแปรที่สกัดได้ (AVE) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝงที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งมีค่าเทียบเท่ากับค่าไอเกน (Eigen Values) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 (Diamantopoulos, A. and Siguaw, J. A., 2000)

ผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 71.1 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.4 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 87.5 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการรถไฟต่อเดือน 1 - 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 91.8 ส่วนใหญ่เป็นขบวนรถประเภทขบวนธรรมดาคิดเป็นร้อยละ 91.8 และเส้นทางส่วนใหญ่เป็นการเดินทางสายตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 74.3 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 60.7

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ของตัวแปรคุณภาพการบริการ และตัวแปรความตั้งใจซื้อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และผลการตรวจสอบความตรงของสมการโครงสร้าง

ตัวแปร	KMO and Bartlett's test	Factor loading	χ^2/df	CFI	RMSEA	CR	AVE
ภาพลักษณ์ขององค์กร	0.904		2.88	0.986	.001	0.89	0.65
1. ด้านสินค้าและบริการ		0.73					
2. ด้านราคา		0.63					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		0.86					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด		0.79					
5. ด้านการบริการ		0.90					
6. ด้านองค์กร		0.91					
คุณภาพการบริการ	0.880		3.17	0.990	0.003	0.92	0.80
1. ลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ		0.81					
2. ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ		0.70					

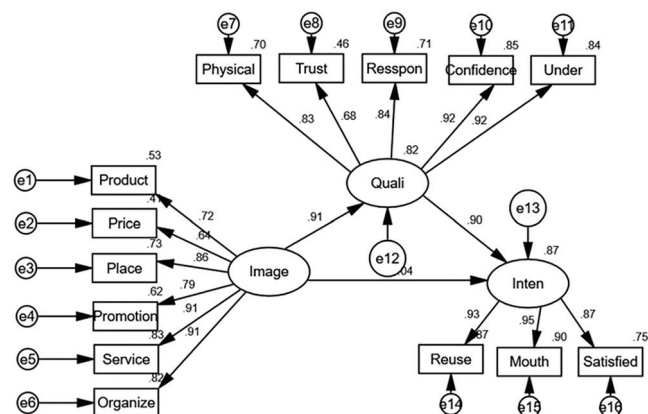
ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และผลการตรวจสอบความตรงของสมการโครงสร้าง (ต่อ)

ตัวแปร	KMO and Bartlett's test	Factor loading	χ^2/df	CFI	RMSEA	CR	AVE
3. ด้านการตอบสนองของลูกค้า		0.85					
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า		0.94					
5. ด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้รับบริการ		0.91					
ความตั้งใจซื้อ	0.749		1.73	0.933	0.001	0.94	0.90
1. การกลับมาซื้อซ้ำ		0.92					
2. การบอกต่อ		0.96					
3. ความพึงพอใจ		0.86					

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ของงานวิจัยนี้ใช้วิธี Principle Component Factor Analysis เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยหมุนแกนในลักษณะ Varimax Rotation ค่า KMO and Bartlett's Test

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) โดยใช้วิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation) เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแฝงส่วนใหญ่มีค่าน้ำหนักเท่ากับหรือมากกว่า 0.5 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p = 0.000$) และผลจากการพิจารณาค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าน้อยกว่า 5 และมีค่าอยู่ระหว่าง 2.00 - 5.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าต่ำกว่า 0.06 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจากการวิเคราะห์การหาความเที่ยงของตัวแปรแฝง (CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) แสดงให้เห็นว่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสูง โดยมีค่า CR อยู่ระหว่าง 0.89 - 0.94 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.60 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ขององค์ประกอบมีค่า AVE อยู่ระหว่าง 0.65 ถึง 0.90 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งแสดงว่า จากการประเมินโมเดลการวัดทำให้ได้หลักฐานที่ชัดเจนว่า การนิยามปฏิบัติการตัวแปรแฝงทั้งหมดถูกต้องและเชื่อถือได้

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทุกค่า โดยพิจารณาจาก $\chi^2 = 244.064$, $df = 74$, $p\text{-value} = 0.000$, $CFI = 0.957$ และ $RMSEA = 0.040$ โดยอธิบายได้ว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 5 ดัชนีผ่านเกณฑ์การยอมรับดังนี้ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์มีค่าเท่ากับ 3.29 ซึ่งอยู่ระหว่างค่า 2.00 - 5.00 (Bollen, K. A., 1989) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (Comparative Fit Index: CFI) มีค่าเท่ากับ 0.957 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ระดับดี เนื่องจากค่า CFI มีค่า ≥ 0.90 ขึ้นไป (Kelloway, E., 1998; Hu, L. and Bentler, P. M., 1999) และดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.040 หมายถึง โมเดลมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีมาก เนื่องจากค่า RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.05 (Kelloway, E., 1998) ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลไกของสมการโครงสร้างโดยรวม

ผลการทดสอบสมมติฐานหาค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image) ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการ (Inten)	0.042	-	0.042
ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image) ส่งผลทางตรงต่อคุณภาพการบริการ (Quali)	0.911	-	0.911
คุณภาพการบริการ (Quali) ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการ (Inten)	0.907	-	0.907
ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image) ส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการ (Inten)	0.911	0.811	0.738

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.001 ($p = 0.993$) ซึ่งสมมติฐานที่ 1 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p = 0.000$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.911 ซึ่งสมมติฐานที่ 2 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.907 ($p = 0.000$) ดังนั้นสมมติฐานที่ 3 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.811 ($p = 0.000$) ดังนั้นสมมติฐานที่ 4 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สรุปว่าภาพลักษณ์ขององค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการแต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการโดยผ่านคุณภาพการบริการ ในขณะที่ภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ และคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยเพื่อเสริมสร้างความตั้งใจในการใช้บริการของผู้โดยสารพบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการ โดยผ่านตัวแปรคั่นกลางคือ คุณภาพการบริการ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างภาพลักษณ์ขององค์กรและความตั้งใจใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Baron, R. M. and Kenny, D. A.

(Baron, R. M. and Kenny, D. A., 1986) ที่พบว่า ลักษณะของการเกิดอิทธิพลปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษากับตัวแปรส่งผ่านจะส่งผลต่อตัวแปรตามก่อน โดยที่อิทธิพลปฏิสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อตัวแปรตามนั้นเป็นการส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรส่งผ่าน (Baron, R. M. and Kenny, D. A., 1986; Morgan-Lopez, A. et al., 2003; Edwards, J. R. and Lambert, L. S., 2007) ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้พบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการ แต่จะส่งผลทางอ้อมโดยผ่านคุณภาพการบริการ โดยแสดงให้เห็นว่าหากองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว ธุรกิจการบริการควรเน้นการบริการให้มากขึ้นโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งจะเป็นการบอกต่อในสิ่งที่ประทับใจเกิดการกลับมาซ้ำ และมีการบอกปากต่อปากตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงต่อไป

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ประโยชน์ของงานวิจัยเชิงวิชาการ ได้แก่ ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรที่ครอบคลุมและเหมาะสม คือ การนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร เพื่อพัฒนาและปรับปรุงด้านต่าง ๆ เช่น สินค้าและบริการ ช่องทางการจำหน่ายสินค้า การจัดทำโปรโมชั่นต่าง ๆ การตั้งราคาขายให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น หรือแม้แต่การนำความรู้ด้านการจัดการทรัพยากร เช่น การจัดหมวดหมู่ การจัดคนเข้าทำงาน การเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานและการดูแลเรื่องสวัสดิการให้กับพนักงานเพื่อเกิดความทุ่มเทในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ

2. ประโยชน์งานวิจัยเชิงการจัดการ ได้แก่ ภาพลักษณ์ขององค์กร เน้นให้ความสำคัญด้านราคาของสินค้าและบริการว่ามีความเหมาะสมกับสินค้าและคุ้มค่ากับบริการที่ผู้บริโภคได้รับหรือไม่ รองลงมาควรเน้นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าว่ามีการบริการที่รวดเร็ว มีความสะดวกในการใช้บริการ มีสิ่งแวดล้อมที่ดีตลอดจนมีความปลอดภัยด้านทรัพย์สินและด้านร่างกายด้วย นอกจากนี้ควรเน้นด้านการส่งเสริมการตลาดไปพร้อม ๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กรให้ทั่วถึง มีการส่งเสริมการขายสินค้าและลดราคาค่าบริการในช่วงเทศกาลต่าง ๆ หรือวันสำคัญต่าง ๆ มีการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและทันสมัย เช่น การลงโซเชียลต่าง ๆ ด้านการบริการควรเน้นให้มีการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีความชัดเจนแม่นยำและถูกต้อง มีความเต็มใจในการให้บริการ และการบริการต้องมีความเพียงพอกับความต้องการส่วนในเรื่องขององค์กร ควรเน้นเรื่องความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศในเรื่องของการขนส่งและบริการให้มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวน่าประทับใจ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ

3. ประโยชน์งานวิจัยเชิงนโยบาย ได้แก่ 1) ภาครัฐควรให้การส่งเสริมให้มีการลงทุนในด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเข้าใช้บริการทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพได้เข้าถึงการบริการอย่างเพียงพอกับความต้องการ 2) ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการอื่น ๆ สามารถเข้าไปส่งเสริมหรือสนับสนุนสินค้าหรือบริการอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายหรือผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นของรับประทานหรือเป็นของฝาก การบริการด้านการเงินหรือการบริการด้านอื่น ๆ ในสถานที่นั้น ๆ เพื่อสร้างความดึงดูดใจ และผู้ให้บริการเองมีทางเลือกที่จะมาใช้บริการมากขึ้น ไม่ใช่มาเฉพาะเพื่อเดินทางเท่านั้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผลที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ ควรมีการพัฒนาต่อในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการบริการให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยจะต้องให้ผู้ใช้บริการกลับมาซ้ำ การบอกต่อ และการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้าขององค์กรในอนาคตต่อไป

References

- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2556). โมเดลใหม่ในการพัฒนาประเทศ. เข้าถึงเมื่อ (20 พฤษภาคม 2565). เข้าถึงได้จาก (<https://tdri.or.th/category/issue/new-development-model/>)
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. เข้าถึงเมื่อ (20 พฤษภาคม 2565). เข้าถึงได้จาก (<https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>)
- สุวิมล ว่องวานิช. (2547). การวัดทักษะการปฏิบัติ. ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Arch, G. W. and M. Wayne Delozier. (1976). Effects of Word of Mouth Advertising on Consumer Risk Taking. **Journal of Advertising**. Vol. 5, Issue 4, pp. 12-19, DOI: 10.1080/00913367.1976.10672658
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986). The Moderator-mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. **Journal of Personality and Social Psychology**. Vol. 51, Issue 6, pp. 1173-1182. DOI: 10.1037/0022-3514.51.6.1173
- Bollen, K. A. (1989). **Structure Equations with Latent Variables**. New York: Wiley
- Boulding, K. E. (1975). **Modern Public Relations**. New York: McGraw-Hill
- Diamantopoulos, A. and Siguaw, J. A. (2000). **Introducing LISREL**. London: SAGE Publications, Ltd
- East, R., Hammond, K., and Lomax, W. (2008). Measuring the Impact of Positive and Negative Word-of-Mouth on Brand Purchase Probability. **International Journal of Research in Marketing**. Vol. 25, Issue 3, pp. 215-224. DOI: 10.1016/j.ijresmar.2008.04.001
- Edwards, J. R. and Lambert, L. S. (2007). Methods for Integrating Moderation and Mediation: A General Analytical Framework Using Moderated Path Analysis. **Psychological Methods**. Vol. 12, Issue 1, pp. 1-22. DOI: 10.1037/1082-989X.12.1.1
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Kegerreis, R. J. (1969). How Information is Used to Adopt an Innovation. **Journal of Advertising Research**. Vol. 9, pp. 3-8. Publisher: New York, NY: Foundation
- Fan, X. and Sivo, S. (2005). Sensitivity of Fit Indexes to Misspecified Structural or Measurement Model Components: Rationale of Two-Index Strategy Revisited. **Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal**. Vol. 12, Issue 3, pp. 343-367. DOI: 10.1207/s15328007sem1203_1
- Gilly, M. C., Graham, J. L., Wolfinbarger, M. F., and Yale, L. J. (1998). A Dyadic Study of Interpersonal Information Search. **Journal of the Academy of Marketing Science**. Vol. 26, pp. 83-100. DOI: 10.1177/0092070398262001
- Goffin, R. D. (2007). Assessing the Adequacy of Structural Equation Model: Golden Rules and Editorial Policy. **Personality and Individual Differences**. Vol. 42, Issue 5, pp. 831-839. DOI: 10.1016/j.paid.2006.09.019
- Grewal, R., Cline, T. W., and Davies, A. (2003). Early-Entrant Advantage, Word-of-Mouth Communication, Brand Similarity, and the Consumer Decision-Making Process. **Journal of Consumer Psychology**. Vol. 13, Issue 3, pp. 187-197. DOI: 10.1207/S15327663JCP1303_01
- Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. (1998). **Multivariate Data Analysis**. (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., and Tatham, R. (2010). **Multivariate Data Analysis**. (6th ed.). New Jersey: Pearson Educational International

- Hu, L. and Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. **Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal**. Vol. 6, Issue 1, pp. 1-55. DOI: 10.1080/10705519909540118
- Jefkins, F. (1993). **Planned Press and Public Relations**. (3rd ed.). Great Britain: Alden Press
- Kelloway, K. E. (1998). **Using LISREL for Structural Equation Modeling: A Researcher's Guide**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Kotler, P. (1994). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. (10th Edition.). New Jersey: Prentice-Hall Inc
- Morgan-Lopez, A., Castro, F., Chassin, L., and MacKinnon, D. (2003). A Mediated Moderation Model of Cigarette Use Among Mexican American Youth. **Addictive Behaviors**. Vol. 28, Issue 3, pp. 583-589. DOI: 10.1016/s0306-4603(01)00262-3
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). Problem and Strategic in Services Marketing. **Journal of Marketing**. Vol. 49, Issue 2, pp. 33- 46
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Marketing**. Vol. 64, Number 1, pp. 12-40
- Parasuraman, A., Berry, L. L., and Zeithaml, V. A. (1990). **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**. New York: The Free Press
- Person, J. L. (1993). **An Examination of the Relationship Between Participative Management and Perceived Institutional Effectiveness in North Carolina Community Colleges**. Dissertation Doctor of Education, Blacksburg, Virginia. The University of Virginia
- Rogers, E. M. (1995). **Diffusion of Innovations**. New York: Free Press
- Rovinelli, R. J. and Hambleton, R. K. (1977). On the use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. **Tijdschrift Voor Onderwijs Research**. Vol. 2, pp. 49-60
- Rust, R. T. and Oliver, R. L. (1994). **Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier**. In: Rust, R. T. and Oliver, R. L., Eds., *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Sage Publications, Thousand Oaks, pp. 1-19. DOI: 10.4135/9781452229102.n1
- Schmitt, N. (1996). Uses and Abuses of Coefficient Alpha. **Psychological Assessment**. Vol. 8, Issue 4, pp. 350-353. DOI: 10.1037/1040-3590.8.4.350
- Shamer, S., Mukherjee, A., Kumar, A., and Dillon, W. R. (2005). A Simulation Study to Investigate the use of Cutoff Values for Assessing Model Fit in Covariance Structure Models. **Journal of Business Research**. Vol. 58, Issue 7, pp. 935-943. DOI: 10.1016/j.jbusres.2003.10.007
- Smith, D., Menon, S., and Sivakumar, K. (2005). Online Peer and Editorial Recommendations, Trust, and Choice in Virtual Markets. **Journal of Interactive Marketing**. Vol. 19, Issue 3, pp. 15-37. DOI: 10.1002/dir.20041
- Steiger, J. H. (2007). Understanding the Limitation of Global Fit Assessment in Structural Equation Modeling. **Personality and Individual Differences**. Vol. 42, pp. 893-898
- Tenner, A. R. and Detoro, I. J. (1992). **Total Quality Management: There Step to Continuous Improvement**. Massachusetts: Addison-Wesley
- Vavra Terry, G. (1992). **Afertrmarket: How to Keep Customer for Life Though Relationship Marketing**. New York: South Weatrn

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

The Factors Affecting to Performance Efficiency of General Administration Officer, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

ชรินทร์ จินดา*

Charindhorn Jinda*

Received: January 29, 2024; Revised: June 28, 2024; Accepted: June 28, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และ 2) ศึกษาถึงปัจจัยในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 164 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับปัจจัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย 4.32 (2) ระดับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย 4.35 และ (3) ปัจจัยในการทำงานด้านลักษณะงาน ด้านความสำเร็จของงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน และด้านสวัสดิการและค่าตอบแทนมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยในการทำงาน; ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน; เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Faculty of Applied Sciences, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author, Tel. 08 7551 7193, E - mail: charindhorn.b@sci.kmutnb.ac.th

Abstract

The objectives of this research were study to 1) level of factors affecting to performance of general administration officer, King Mongkut's University of Technology North Bangkok (KMUTNB) and 2) to study the work factors that affect the work efficiency of general administrative officer, KMUTB. The sampling for this study were 164 peoples. The tool that used to collect data is a questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation and Multiple regression analysis. Results were that: (1) opinions on factors in the work of general administrative officers, KMUTNB were at high level, (2) opinions on factors affecting to performance efficiency of general administrative officers, KMUTNB were at high level and (3) factors in working in terms of job description, job success, and work environment. and welfare and compensation it affects the efficiency of the work of general administrative officer, KMUTB at statistical satisfaction 0.05 level.

Keywords: Working Factors; Performance Efficiency; General Administration Officer

บทนำ

การทำงานในองค์กรภาครัฐ การรัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน การตระหนักถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนการหรือวิธีการทำงานเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้บริหารควรคำนึงถึงกลยุทธ์ในการสร้างความสำเร็จในการทำงาน เทคนิคการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนการสร้างบรรยากาศให้พนักงานทำงานให้มีความสุข สำหรับการทำงานไม่ว่าจะเป็นงานประเภทใด ตำแหน่งงานใด หรือมีหน้าที่รับผิดชอบอะไร พนักงานต้องมีความสุขในการทำงาน ดังนั้นองค์กรจึงต้องให้ความสำคัญถึงคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ หากปราศจากทรัพยากรมนุษย์การทำงานขององค์กรจะไม่สามารถทำหน้าที่ต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์ (ประสงค์, 2543) การที่บุคลากรจะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือและเสียสละในการทำงานอย่างจริงจังของบุคคลในองค์กร ผู้บริหารทุกระดับจึงควรให้ความสนใจและนำมาเป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์งาน และการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดความพึงพอใจในงาน อันนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและเกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (นวลพรรณ, 2558)

ประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วย ทักษะและความเชี่ยวชาญที่นำไปใช้ในบริบทของงานในการปฏิบัติหน้าที่หรือวิธีการที่แต่ละบุคคลกระทำในแง่ของประสิทธิภาพและประสิทธิผล คือจุดสูงสุดของการบรรลุผลลัพธ์ขององค์กร อย่างไรก็ตามประสิทธิภาพการทำงานเป็นพฤติกรรมของบุคคลในบริบทของการทำงานแต่ก็ไม่ใช่ชัดเจนเสมอไปว่าพฤติกรรมใดจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของประสิทธิภาพ (Fogaca, N. et al., 2018) ขอบเขตของประสิทธิภาพหมายถึง พฤติกรรมที่อาจมีผลในเชิงบวกและพฤติกรรมที่มีผลเสียต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้น พฤติกรรมในขอบเขตประสิทธิภาพสำหรับแต่ละบุคคลอาจมีค่าที่คาดหวังแตกต่างกัน (Motowidlo, S. J. and Kell, H. J., 2012) ดังนั้นประสิทธิภาพในการพัฒนาพนักงานจึงมีบทบาทด้านการพัฒนาทักษะพนักงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการพัฒนาแนวทางในการกำหนดสมรรถนะของพนักงานที่พึงประสงค์ เพื่อได้รับกับทิศทางในการดำเนินงานอย่างมีเป้าหมาย โดยการพัฒนากระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลด้านศักยภาพพนักงานให้มีความรู้ ทักษะ ตามกรอบแนวคิดและความสามารถในการบริหารจัดการบุคคลให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบริบททิศทางขององค์กรในอนาคตทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการและการสร้างแรงจูงใจพร้อมส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพพนักงานในด้านต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

เพราะพนักงานเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้น ซึ่งประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้นมองจากแง่มุมของการปฏิบัติงานแต่ละบุคคล (สกุศลตรา, 2560)

งานบริหารงานทั่วไปของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ คือ การบริหารงานทั่วไปเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดระบบบริหารองค์กร เพื่อบรรลุผลตามมาตรฐาน คุณภาพและเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีบทบาทหลักในการประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยเน้นความโปร่งใส มีความรับผิดชอบ ตรวจสอบได้ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของบุคลากร และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในส่วนของการปฏิบัติงาน มีหน้าที่ดังนี้ (1) ปฏิบัติการเกี่ยวกับการบริหารจัดการงานทั่วไปในสำนักงาน เช่น ธุรการ งานจัดระบบงาน งานการเงินและบัญชี งานพัสดุ เป็นต้น (2) ศึกษารวบรวมข้อมูล สถิติ สรุปรายงาน เช่น งานบริหารทรัพยากรบุคคล งานบริหารงบประมาณ เป็นต้น (3) ปฏิบัติงานเลขานุการ เช่น ร่างโต้ตอบหนังสือ แพลเอกสาร เตรียมเรื่องและเตรียมการสำหรับการประชุม บันทึกเรื่องเสนอที่ประชุม ทำรายงานการประชุม และรายงานอื่น ๆ (4) ให้บริการวิชาการด้านต่าง ๆ เช่น ให้คำปรึกษา แนะนำในการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่ระดับรองลงมา และแก่นักศึกษา นอกจากนี้ยังมีงานด้านการประสานงานระหว่างทีมงานทั้งในและนอกหน่วยงาน และด้านการบริการทั้งบุคลากรภายใน สำหรับประสิทธิภาพในการทำงาน เกิดจากความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรเช่นกัน ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กร รวมทั้งความสุขของผู้ทำงาน หากองค์กรใดบุคลากรไม่มีความพึงพอใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานไม่ดี ก็อาจจะเป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลงานและการปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้คุณภาพของงานลดลง ระยะเวลาการทำงานเพิ่มขึ้น และเป็นผลเสียขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรมีบุคลากรที่มีความพึงพอใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ก็ย่อมส่งผลทางบวกต่อการปฏิบัติงาน ทำให้การทำงานลุล่วงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีปริมาณงานโดยรวมเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน อีกทั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ ความสามารถไปจนถึงเกิดทักษะในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น โดยมีนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรบุคคล ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 - 2570 ตามนโยบายที่ 3 ยุทธศาสตร์มาตรฐานการพัฒนาบุคลากรรองรับการเปลี่ยนไปสู่สังคมดิจิทัล มีการพัฒนาสมรรถนะทางการบริหารให้บุคลากรเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรให้ทันต่อยุคการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมให้บุคลากรทุกสายงานได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างเต็มความสามารถ และส่งเสริมให้บุคลากรเพิ่มพูนความรู้ด้วยตนเองผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2565)

ดังนั้นประสิทธิภาพของบุคลากรจึงมีความจำเป็นและสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ทำให้องค์กรทราบถึงอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการทำงาน

ปัจจัยในการทำงาน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง เป็นเหตุจูงใจให้พนักงานในองค์กรเกิดความชื่นชม ยินดีในผลสำเร็จตนเอง (กรวิภา และกฤษดา, 2564) และทฤษฎีการจูงใจของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, F. et al., 1959) ได้ศึกษาถึงมูลเหตุในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและได้สร้างทฤษฎี

ที่เรียกว่า ทฤษฎีสององค์ประกอบ (Two Factors Theory) ซึ่งแนวคิดหลักของทฤษฎีนี้เชื่อว่าผู้ปฏิบัติงานจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น ผลผลิตของงานสูงขึ้น ความพึงพอใจในการทำงานมี 2 องค์ประกอบ คือ

1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพอใจ เป็นตัวสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ

1.1) ความสำเร็จของงาน (Achievement) คือ ความสามารถของบุคคลในการทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี สามารถแก้ปัญหาและป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้

1.2) การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) คือ การที่บุคคลได้รับความยอมรับนับถือจากบุคคลที่ตนเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง

1.3) ลักษณะของงาน (Work Itself) คือ ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีของบุคคลที่มีต่อลักษณะของงาน

1.4) ความรับผิดชอบ (Responsibility) คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่

1.5) ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน (Advancement) คือ การเปลี่ยนแปลงสถานที่หรือตำแหน่งของบุคคลในองค์กรในทางที่สูงขึ้น

2) ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ประกอบด้วย 11 ด้าน คือ

2.1) โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) คือ การที่บุคคลได้รับสิ่งใหม่ ๆ ที่ช่วยเอื้อต่อวิชาชีพ

2.2) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (Relationship with Superior) คือ การติดต่อสื่อสารในลักษณะคล้ายคลึงกับความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา แต่เป็นในลักษณะผู้ใต้บังคับบัญชาให้ความเคารพผู้บังคับบัญชา

2.3) ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Relationship with Subordinates) คือ การติดต่อสื่อสารทางกิริยาและวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

2.4) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with Peers) คือ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลกับเพื่อนร่วมงานในองค์กร

2.5) สถานะของอาชีพ (Status) คือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกต่องาน เช่น การมีรถประจำตำแหน่ง

2.6) นโยบายและการบริหารงาน (Company Policy and Administration) คือ การกำหนดบทบาทอำนาจหน้าที่ และกำหนดนโยบายเด่นชัด เพื่อให้บุคคลดำเนินงานได้ถูกต้อง

2.7) สภาพการทำงาน (Working Conditions) คือ สภาพทางกายภาพในสถานที่ปฏิบัติงาน ได้แก่ ลักษณะสิ่งแวดล้อม ชั่วโมงการทำงาน วัสดุอุปกรณ์ตลอดจนเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2.8) ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Factors in Personal Life) คือ สถานการณ์ของงานที่ส่งผลต่อชีวิตส่วนตัว เช่น การย้ายที่ทำงานใหม่ทำให้ต้องเดินทางไกล

2.9) ความมั่นคงในงาน (Job Security) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงขององค์กร

2.10) การปกครองบังคับบัญชา (Supervision Techniques) คือ ความรู้สึกของผู้บังคับบัญชาในการบริหารความยุติธรรม ความเต็มใจของผู้บังคับบัญชาในการนิเทศงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

2.11) เงินเดือน (Salary) คือ ค่าตอบแทนต่าง ๆ ที่ได้รับเป็นประจำ เช่น เงินเดือนเงินช่วยเหลือบุตร ค่าเล่าเรียนบุตร ตลอดจนเงินสวัสดิการต่าง ๆ

วันทณี วงศ์สุวรรณ และรุจิกาญจน์ สานนท์ (วันทณี และรุจิกาญจน์, 2563) ได้กล่าวถึงแนวคิดปัจจัยในการปฏิบัติงานไว้ว่า ความต้องการในการทำงานเป็นสิ่งจูงใจให้มนุษย์เกิดความพอใจในการทำงาน ดังนั้นในการปฏิบัติงานผู้ปฏิบัติต้องการสิ่งจูงใจต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ คือ 1) ทำงานที่พวกเขามีความสนใจ 2) มีอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับใช้ในการทำงาน 3) มีค่าจ้างเงินเดือนที่มีความยุติธรรม 4) มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่

การทำงาน 5) สภาพการทำงานที่ดีและสถานที่ที่เหมาะสม 6) มีความสะดวกในการไปกลับและสวัสดิการต่าง ๆ และ 7) มีการทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชาที่เข้าใจในการควบคุมการปกครองและโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นผู้ที่เขามีความยกย่องนับถือ

ชนะเอก เขียวบางยาง และสุภาสินี ปริญญานิพนธ์ (ชนะเอก และสุภาสินี, 2566) ได้กล่าวถึงแนวคิดปัจจัยในการปฏิบัติงานไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงาน ประกอบด้วย ลักษณะงานที่รับผิดชอบ โอกาสและความก้าวหน้าในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานและความสัมพันธ์ภายในองค์กร น่าจะมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหาร

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการทำงาน สรุปได้ว่า ปัจจัยในการทำงาน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง และเป็นสิ่งที่มุ่งเน้นในการทำงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจในการทำงานมี 2 องค์ประกอบ คือ ปัจจัยเชิงใจ และปัจจัยค่าจูน ดังนั้นผู้วิจัยได้สังเคราะห์ปัจจัยในการทำงานออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลักษณะงาน 2) ด้านความสำเร็จของงาน 3) ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน 4) ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน 5) ด้านความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และ 6) ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน

2. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

Peterson, E. and Plowman, E. G. (Peterson, E. and Plowman, E. G., 1989) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมีการสรุปองค์ประกอบของประสิทธิภาพไว้ 4 ข้อ ดังนี้

1) คุณภาพของงาน (Quality) หมายถึง งานจะต้องมีคุณภาพสูง โดยผู้ผลิตและผู้ใช้จะต้องได้ประโยชน์ที่คุ้มค่า และมีความพึงพอใจ ผลการทำงานจะต้องมีความถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็ว และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ที่มารับบริการ

2) ปริมาณงาน (Quantity) หมายถึง งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามเป้าหมายของหน่วยงาน โดยผลงานที่ปฏิบัติได้นั้นจะต้องมีปริมาณงานที่เหมาะสมตามแผนงานที่ได้กำหนดหรือเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ และควรมีการกำหนดระยะเวลาหรือวางแผนบริหารเวลาเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่มีการกำหนดไว้ โดยผลงานที่ออกมาจะต้องสอดคล้องกับอัตรากำลังคนในหน่วยงาน มีการสำรวจวัสดุอุปกรณ์ก่อนใช้ทุกครั้งและมีการเก็บวัสดุอุปกรณ์ไว้ในจำนวนที่เหมาะสม

3) เวลาที่ใช้ในงาน (Time) หมายถึง เวลาที่ต้องใช้ในการดำเนินงานจะต้องมีการกำหนดอย่างเหมาะสมตามลักษณะของงาน มีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ผลงานเสร็จตามกำหนดเมื่อเทียบกับความยากง่ายของงาน ใช้เวลาในการปฏิบัติงานน้อย และพนักงานทำงานถูกต้องรวดเร็ว

4) ค่าใช้จ่าย (Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายของส่วนดำเนินงานทั้งหมดจะต้องมีความเหมาะสมกับงาน โดยจะต้องลงทุนให้น้อยที่สุดและได้ผลกำไรมากที่สุด และประสิทธิภาพในด้านค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน คือ การใช้ทรัพยากรด้านบุคคล วัสดุ เทคโนโลยี และการเงินที่มีอยู่อย่างประหยัดและคุ้มค่าที่สุด มีการวางแผนก่อนเริ่มงานเพื่อขจัดความซ้ำซ้อนในการลดต้นทุนของการผลิต นำความรู้จากการฝึกอบรมมาใช้ในงานโดยก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และให้ความร่วมมือในการประหยัดพลังงาน

สาลินี ชัยวัฒน์พร, สุนิสา พัดมา และฉันทิพย์ จำเดิมเผด็จศึก (สาลินี และคณะ, 2566) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไว้ว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง การดำเนินงานตามกิจกรรม หรือตามภาระงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จมากที่สุดซึ่งประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้นจะมีผลหรือองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่าง ๆ เช่น การใช้ทรัพยากรทั้งคนและอุปกรณ์ได้อย่างเหมาะสมคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดรวมทั้งมีการนำเทคนิคต่าง ๆ เข้ามาใช้เพื่อช่วยลดขั้นตอนการทำงานลงและเกิดความสะดวกมากขึ้นงานต่าง ๆ สามารถเสร็จได้ตามกำหนดเวลาที่วางไว้และเกิดการสูญเสียต่อทรัพยากรน้อยที่สุด

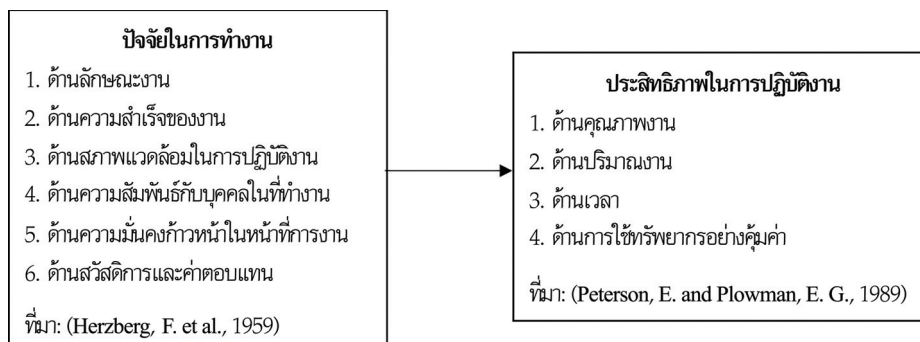
ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และพงษ์เสถียร เหลืองอลงกต (ชัยวุฒิ และพงษ์เสถียร, 2563) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ประสิทธิภาพของบุคคล หมายถึง การทำงานเสร็จโดยสูญเสียเวลาและพลังงานน้อยที่สุด คำนิยมการทำงานที่ยึดกับสังคม เป็นการงานได้เร็วและได้งานดีบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน

2) ประสิทธิภาพขององค์กร คือ การที่องค์กรสามารถดำเนินงานต่าง ๆ ตามภารกิจหน้าที่ขององค์กรโดยใช้ทรัพยากรปัจจัยต่าง ๆ รวมถึงกำลังคนอย่างคุ้มค่า มีการสูญเปล่าน้อยที่สุด มีลักษณะการดำเนินงานไปสู่ผลตามวัตถุประสงค์โดยประหยัดทั้งเวลา ทรัพยากร และกำลังคน

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังกล่าวพบว่า การที่บุคคลจะมีความเต็มใจในการทำงานมีความสุขกับงานที่ทำ จะต้องอาศัยสิ่งที่จูงใจในการทำงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบสำคัญ เพื่อให้การดำเนินงานตามภาระงานที่ได้รับมอบหมายเป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ จึงส่งผลให้สำเร็จตามเป้าประสงค์ขององค์กร ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังรูปที่ 1

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยได้กำหนดวิธีการในการศึกษาไว้ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 279 คน (ระบบสารสนเทศทรัพยากรมนุษย์: Human Resources Information System (HRIS) (ระบบสารสนเทศทรัพยากรมนุษย์, 2565) ข้อมูล ณ วันที่ 30 มีนาคม 2566) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะกำหนดขนาดตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจากประชากรที่ศึกษาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนแน่นอน (Finite Population) โดยคำนวณจากสูตร Yamane, T. (Yamane, T., 1973) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ 164 คน และทำการสุ่มด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยสุ่มจากเลขตามลำดับรายชื่อด้วยวิธีการจับสลาก

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (Herzberg, F. et al., 1959) และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (Peterson, E. and Plowman, E. G., 1989)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน และนำคะแนนมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) การพิจารณาว่าค่าถามนั้น

มีความเที่ยงตรงหรือไม่ โดยทั่วไปจะพิจารณาจากค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (ประสพชัย, 2558) เมื่อพิจารณาตามรายชื่อของแบบสอบถามทั้งหมด ค่า IOC จะอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ดังนั้นสรุปผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 0.89 ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2. การตรวจสอบความเชื่อถือ หรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยได้ทำการทดลองโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับทางเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน และนำคำตอบไปคำนวณค่าด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เนื่องจากข้อมูลแบบสอบถามเป็นข้อมูลแบบ Rating Scale (จิตติรัตน์, 2560) จากการพิจารณาแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ได้ผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น (Alpha)
1. ปัจจัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	0.951
2. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	0.928

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัว มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป ซึ่งอยู่ในช่วง 0.70 - 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 มีความเชื่อถือได้

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ผ่านการเรียนออนไลน์ตามเกณฑ์การวัดผลในรายวิชา จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เบื้องต้น พร้อมได้รับใบประกาศนียบัตร จาก Thai MOOC เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 164 คน โดยผ่าน Google Forms

เกณฑ์การแปลผลคะแนนข้อมูลแบบสอบถาม

งานวิจัยครั้งนี้ข้อมูลในส่วนที่ 2 ปัจจัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เป็นข้อมูลแบบสอบถามประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert, R. (Likert, R., 1961) ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดคะแนนในแต่ละระดับเป็นดังนี้

- ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด
- ระดับคะแนน 4 หมายถึง มาก
- ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง
- ระดับคะแนน 2 หมายถึง น้อย
- ระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์ต้องให้ทุกระดับมีช่วงคะแนนเท่ากันจะเห็นได้ว่าคะแนนสูงสุด 5 คะแนน และต่ำสุด 1 คะแนน ซึ่งมีช่วงห่างหรือพิสัยของคะแนนเท่ากับ $5 - 1 = 4$ โดยแต่ละระดับควรมีช่วงห่างเท่ากับ $\frac{4}{5} = 0.8$

ดังนั้นการแปลผลระดับคะแนนเฉลี่ยของข้อมูลแบบสอบถามประมาณค่า (Rating Scale) เป็นดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ จะใช้การวิเคราะห์ใน 2 รูปแบบ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ การหาร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นการนำค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ระดับการศึกษาจบในระดับปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 มีสถานภาพสมรส มีบุตร จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 40.90 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 38.40 และปฏิบัติงานมาเป็นระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20
2. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปัจจัยในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านลักษณะงาน	4.35	0.37	มากที่สุด
2. ด้านความสำเร็จของงาน	4.45	0.35	มากที่สุด
3. ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน	4.43	0.38	มากที่สุด
4. ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน	4.42	0.36	มากที่สุด
5. ด้านความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	4.12	0.52	มาก
6. ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	4.20	0.58	มาก
รวม	4.32	0.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย 4.32 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จของงาน ($\bar{X} = 4.45$) ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.43$) ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน ($\bar{X} = 4.42$) และด้านลักษณะงาน ($\bar{X} = 4.35$) ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ($\bar{X} = 4.20$) และด้านความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\bar{X} = 4.12$)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพงาน	4.32	0.37	มากที่สุด
2. ด้านปริมาณงาน	4.37	0.37	มากที่สุด
3. ด้านเวลา	4.37	0.42	มากที่สุด
4. ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	4.35	0.36	มากที่สุด
รวม	4.35	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.35 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านปริมาณงาน ($\bar{X} = 4.37$) และด้านเวลา ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมา คือ ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.35$) และด้านคุณภาพงาน ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta (β)	t	P-value
Constant	1.750	0.293		5.969	0.000
ด้านลักษณะงาน	0.124	0.054	0.171	2.310	0.022
ด้านความสำเร็จของงาน	0.151	0.055	0.198	2.765	0.006
ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน	0.151	0.051	0.215	2.945	0.004
ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน	0.059	0.049	0.081	1.206	0.230**
ด้านความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	0.017	0.041	0.033	0.409	0.683**
ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	0.094	0.038	0.202	2.484	0.014

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาปัจจัยในการทำงานแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยในการทำงานด้านลักษณะงาน ($\beta = 0.124$) ด้านความสำเร็จของงาน ($\beta = 0.151$) ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ($\beta = 0.151$) และด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ($\beta = 0.094$) มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ส่วนปัจจัยในการทำงานด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน ($\beta = 0.059$) และด้านความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\beta = 0.017$) ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ สามารถนำประเด็นสำคัญ ๆ มาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย 4.32 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน และด้านลักษณะงาน อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน และด้านความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งผลจากการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษา อัครเดช ไม้จันทร์ (อัครเดช, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลาพบว่า พนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลามีความคิดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจในงานที่ทำ ด้านความมั่นคงก้าวหน้าในงาน ด้านขวัญและกำลังใจในการทำงาน และด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.35 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านปริมาณงาน และด้านเวลา รองลงมาคือ ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และด้านคุณภาพงาน ซึ่งผลจากการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษา สิริินา ทาเรนัด (สิริินา, 2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลการศึกษาระดับความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ด้านความรวดเร็ว รองลงมาในระดับมาก คือ ด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน ด้านความประหยัดหรือความคุ้มค่าของทรัพยากร ตามลำดับ

2. การศึกษาถึงปัจจัยในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านลักษณะงาน ด้านความสำเร็จของงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน และด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ส่วนปัจจัยในการทำงานด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน และด้านความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา กัณหาภรณ์ คำชมพู และละมัย ร่มเย็น (กัณหาภรณ์ และละมัย, 2566) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลศูนย์สกลนคร ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลศูนย์สกลนคร คือ นโยบายและการบริหารงาน ลักษณะของอาชีพ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความก้าวหน้าในการทำงาน การเจริญเติบโตและความรับผิดชอบ ส่วนแรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพการทำงาน ด้านความมั่นคงในงาน และด้านค่าตอบแทน ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลศูนย์สกลนคร

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ สรุปเป็นข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรให้ความสำคัญ และส่งเสริมด้านความสามารถของบุคลากรให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เช่น เปิดโอกาสให้บุคลากรใช้ความสามารถไหวพริบปฏิภาณ วิธีการการตัดสินใจในการแก้ปัญหาได้อย่างเต็มที่ และควรให้การสนับสนุนส่งเสริมในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เช่น ส่งเข้าอบรม โครงการต่าง ๆ

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อได้ข้อมูลที่เป็นจริงตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลมาพัฒนาองค์กรต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่สนับสนุนงบประมาณในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

References

- กรวิกา มีสามเสน และกฤษดา เขียววัฒนสุข. (2564). ปัจจัยในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 หน้า 228-241
- กัณหาภรณ์ คำชมพู และละมัย ร่มเย็น. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลศูนย์สกลนคร. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 หน้า 158-173
- จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2560). คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. วารสารวิจัยและพัฒนาหลักสูตร. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 หน้า 1-15
- ชนะเอก เขียวบางยาง และสุภาสินีย์ ปริญาณิพนธ์. (2566). ปัจจัยการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหาร ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย. ปีที่ 5 ฉบับที่ 4 หน้า 837-848
- ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และพงษ์เสถียร เหลืองอลงกต. (2563). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 หน้า 251-265
- นวลพรรณ บุญฤทธิ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี
- ประสงค์ ประณีตพลกรัง. (2543). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์
- ประสพชัย พลสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ 18 หน้า 375-396
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (2565). แผนยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 - 2570. กองบริหารและจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระนครเหนือ

- ระบบสารสนเทศทรัพยากรมนุษย์. (2565). ข้อมูลบุคลากรเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. เข้าถึงเมื่อ (30 มีนาคม 2566). เข้าถึงได้จาก (<https://hris.kmutnb.ac.th/web/person/search-personnel-info>)
- สาลินี ชัยวัฒน์พร, สุนิสา พัดมา และฉันทิพย์ จำเดิมเพ็ญศึก. (2566). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา: ศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 หน้า 42-59
- สิรินภา ทาระนัด. (2561). การศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- สกุลตรา กฤษเทียมเมม. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของฝ่ายผลิต บริษัท พีแซท คัสสันประเทศไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วัฒน์ วงศ์สุวรรณ และรุจิกาญจน์ สำนนท์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทประกันชีวิต กรณีศึกษาพนักงานบริษัทประกันชีวิตในเขตสลิ้มและเขตบางรัก. วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 หน้า 1-12
- อัครเดช ไม้จันทร์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- Fogaca, N., Rego, M. C. B., Melo, M. C. C., Armond, L. P., and Coelho Jr, F. A. (2018). Job Performance Analysis: Scientific Studies in the Main Journals of Management and Psychology from 2006 to 2015. **Performance Improvement Quarterly**. Vol. 4 pp. 231-247. DOI: 10.1002/piq.21248
- Herzberg, F., Mausner, B., and Snyderman, B. (1959). **The Motivation to Work**. 2nd ed. New York: John Willey
- Likert, R. (1961). **New Pattern of Management**. New York: McGraw-Hill Book
- Motowidlo, S. J. and Kell, H. J. (2012). **Job Performance**. Handbook of Psychology. 2nd ed
- Peterson, E. and Plowman, E. G. (1989). **Business Organization and Management**. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของ
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

Factors Affecting the Perception of the Logistics Service Quality of Thailand Post Company Limited

ลัดดาวัลย์ สำราญ¹ กฤติพงษ์ สุตการ¹ ณัฐลดา ขุนภักดี¹ พรณภัส เข้มช้อย¹ ศศิภา ศรีเดช¹ และ
โสรัยา สุภาพล^{1*}

Laddawan Someran¹ Kittipong Suttakan¹ Natlada Khunpakde¹ Phonnapas Chaemchoy¹
Sasipha Sridech¹ and Soraya Supaphol^{1*}

Received: March 12, 2024; Revised: July 8, 2024; Accepted: July 9, 2024

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมการกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ และปัจจัย
สมรรถนะโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด การศึกษาครั้งนี้
เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 400 คน
โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย
แบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมการ
ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ และการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท
ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ
ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของ
บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอำนาจการทำนายประมาณร้อยละ 29.40
การพัฒนาสมรรถนะโลจิสติกส์ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อถือของลูกค้าในบริการขนส่งของบริษัท
เนื่องจากการส่งมอบสินค้าที่เร็ว แม่นยำ และตรงตามข้อตกลง รวมถึงการให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ในการติดต่อ
และให้ข้อมูลในเวลาที่เหมาะสม ทำให้ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการขององค์กรได้

คำสำคัญ : นวัตกรรมการกระบวนการ; นวัตกรรมการบริการ; สมรรถนะโลจิสติกส์; การรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

¹ Faculty of Business Administration, Suvarnabhumi Rajabhat University

* Corresponding Author, Tel. 08 4383 8400, E - mail: soraya_784@hotmail.com

Abstract

The goal of this study was to investigate the factors of process innovation, service innovation, and logistics performance that influenced Thailand Post Co., Ltd.'s perceived service quality. This study was quantitative in nature. The sample consisted of 400 individuals who had used Thailand Post Co., Ltd.'s services, selected through purposive sampling. This research employed an online questionnaire as its data collection tool. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results indicated that the respondents' opinions on Thailand Post Co., Ltd.'s process innovation, service innovation, logistics performance, and perceived service quality were at a very high level overall. The results of the hypothesis testing found that the service innovation factors, service innovation factors, and logistics performance factors significantly influenced the perceived service quality of Thailand Post Co., Ltd. at a statistical significance level of 0.05. The independent variables predicted approximately 29.40 % of the perceived service quality of Thailand Post Co., Ltd. Enhancing logistics performance helped increase customer satisfaction and trust in the company's transportation services due to the fast, accurate, and reliable delivery. Additionally, providing thorough customer service, including timely communication and information, contributed to customers' perceptions of the organization's service quality.

Keywords: Process Innovation; Service Innovation; Logistics Services; Quality Perception

บทนำ

การพัฒนาเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจโลจิสติกส์ โดยเฉพาะธุรกิจการขนส่งพัสดุและบริการไปรษณีย์ ความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในด้านความรวดเร็ว ความแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของการให้บริการได้ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นระหว่างบริษัทโลจิสติกส์ต่าง ๆ (Kotler, P. et al., 2015) การบริการที่มีคุณภาพสูงจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า นำมาซึ่งความภักดีต่อแบรนด์และการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Parasuraman, A. et al., 1988) บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (Thailand Post Co., Ltd.) เป็นหนึ่งในผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีบทบาทสำคัญในประเทศไทย ด้วยการให้บริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศและมีประวัติการดำเนินงานที่ยาวนาน (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2567) อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา บริษัทต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายใหม่ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการออนไลน์มากขึ้นได้สร้างความท้าทายใหม่ให้กับบริษัทในการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้า การนำนวัตกรรมกระบวนการมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานและบริการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงานได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า (Kusumawardani, K. A. and Hastayanti, S. A., 2020) การพัฒนาสมรรถนะโลจิสติกส์ เช่น ความรวดเร็วในการจัดส่ง ความแม่นยำในการติดตามพัสดุ และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา ยังช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ (Richey, R. G. et al., 2007) นอกจากนี้นวัตกรรมบริการยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า โดยการพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการและคาดหวังของลูกค้า สามารถสร้าง

ประสบการณ์ที่ดีและเสริมสร้างความเชื่อมั่นในบริการของบริษัท (Wirtz, J. and Lovelock, C., 2021) จากการศึกษาพบว่า การนำนวัตกรรมการบริการมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ (Ostrom, A. L. et al., 2015)

การวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญในการศึกษาปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้บริษัทเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าและสามารถพัฒนากลยุทธ์ในการปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลจิสติกส์ที่มีการแข่งขันสูง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำวิจัย

1. ผลการวิจัยได้สารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และสามารถพัฒนาการบริการอย่างทันสมัยโดยการใช้นวัตกรรมเพื่อการให้บริการที่รวดเร็วต่อผู้ใช้บริการ
2. บริษัทไปรษณีย์ไทยในการปรับปรุงกระบวนการและบริการของตน โดยการใช้นวัตกรรมในกระบวนการและการบริการ เช่น การเพิ่มความรวดเร็วในการจัดส่ง และความแม่นยำในการติดตามพัสดุ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสมและเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการของบริษัท
3. การนำเสนอนวัตกรรมในกระบวนการและการบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรและประสิทธิภาพในการทำธุรกิจของบริษัทไปรษณีย์ไทยได้

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าหาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

นวัตกรรม (Innovation) เป็นกระบวนการที่ใช้แนวความคิดที่มีประโยชน์เพื่อผลิตสินค้าและให้บริการ รวมทั้งการดำเนินงานและวิธีการปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง นวัตกรรมยังเน้นการนำแนวความคิดนั้นไปสู่ขั้นตอนการผลิตและการบริการ การนวัตกรรมสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่น่าสังเกตในสินค้าและบริการที่มีอยู่แล้ว นอกจากนี้ การนวัตกรรมยังมีความสำคัญในการพัฒนากระบวนการทำงานและวิธีการบริหารจัดการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ดีที่สุด นวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน การนำนวัตกรรมมาใช้ในทุกขั้นตอนของธุรกิจช่วยสร้างความเชื่อมโยงและเป็นพื้นฐานสำคัญในการแข่งขันในท้องตลาดระดับโลก (Tanskanen, K. et al., 2015; Gong, Y. et al., 2019; Ivan Su, S. et al., 2011)

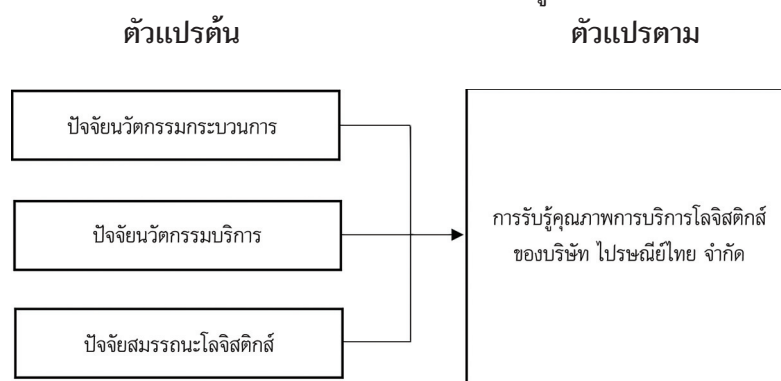
นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตและกิจกรรมดำเนินงานโดยการค้นคว้าวิธีการใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ในขั้นตอนต่าง ๆ ของนวัตกรรม มุ่งเน้นในการพัฒนาวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดการสูญเสียทรัพยากร และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผลิตขึ้น โดยการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ การปรับใช้กระบวนการที่ทันสมัย หรือการแก้ไขขั้นตอนที่ซับซ้อนเป็นต้น (Grawe, S. J. et al., 2015)

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) หมายถึง แนวทางใหม่ที่มีประโยชน์ต่อการให้บริการ รวมถึงการพัฒนาหรือปรับปรุงบริการที่มีอยู่เพื่อประโยชน์ทั้งหมดของลูกค้า นวัตกรรมนี้เกี่ยวข้องกับการนำเสนอวิธีการ เทคโนโลยี หรือกลยุทธ์ที่สร้างประสิทธิภาพ มีเสถียรภาพ และเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการ นวัตกรรมบริการมีความสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป เช่น การนำเอาเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Chu, Z. et al., 2018) เพื่อสร้างความเป็นผู้นำในการแข่งขันและเพิ่มผลลัพธ์ทางการเงิน การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมในการบริการ ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการลูกค้ามีผลต่อการสร้างความภักดีของลูกค้า การส่งเสริมความรู้ ความสามารถในการเรียนรู้ และการแก้ไขปัญหาด้านการบริการโลจิสติกส์ นวัตกรรมบริการทำหน้าที่เสริมสร้างการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การใช้ความสามารถในการคิดค้นบริการที่ดีกว่าเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า การปรับปรุงการบริการที่เน้นการมีส่วนร่วมของลูกค้ามีผลทำให้เกิดการรวบรวมความรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและนำมาพัฒนา (Bellingkrodt, S. and Wallenburg, C. M., 2013)

สมรรถนะโลจิสติกส์ (Logistics Capability) หมายถึง ความสามารถในการแปลงความรู้และแนวคิดให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการ ในกิจกรรมโลจิสติกส์ ทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงความสามารถด้านโลจิสติกส์ ซึ่งประกอบด้วย สมรรถนะของโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์ กระบวนการโลจิสติกส์ การขนส่งโลจิสติกส์ และความคล่องตัวทางกิจกรรมโลจิสติกส์ สมรรถนะนี้สามารถเกิดขึ้นจากการใช้งานนวัตกรรมและสมรรถนะทางพลวัตที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงความสามารถ เพื่อเพิ่มศักยภาพในกิจกรรมโลจิสติกส์ การเสริมสร้างสมรรถนะโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการและลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน และยังส่งผลกระทบทางบวกต่อการให้บริการโลจิสติกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ การสร้างความภักดีต่อลูกค้าสู่ความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง และปรับปรุงผลการดำเนินงานในการให้บริการโลจิสติกส์ (Wang, M. et al., 2018)

คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการจัดส่งวัสดุและผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัยโดยปราศจากความเสียหาย โดยคุณภาพของกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีความน่าเชื่อถือรวดเร็วตามเวลาที่กำหนดและมีความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการบริการลูกค้า (Thongkruer, P. and Wanarat, S., 2021; Chen, M. C. et al., 2020; Vu, T. P. et al., 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยได้เชื่อมโยงและเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัจจัยนวัตกรรม กระบวนการ นวัตกรรมบริการ สมรรถนะโลจิสติกส์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และผู้วิจัยจึงเขียนกรอบแนวคิดในการศึกษานววิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อสรุปทางการวิจัย ซึ่งระบุขั้นตอนไว้ดังต่อไปนี้

ประชากร การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

การกำหนดขนาดตัวอย่าง เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane, T., 1973) โดยการกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95 % ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บแบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และอาชีพ จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการจำนวน 3 ข้อ ปัจจัยนวัตกรรมบริการจำนวน 3 ข้อ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยดัดแปลงจากข้อคำถาม (Grawe, S. J. et al., 2015) นวัตกรรมบริการจำนวน 3 ข้อ ซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยของสมรรถนะโลจิสติกส์ พัฒนาคำถามจากงานวิจัย (Chu, Z. et al., 2018; Wang, M. et al., 2018; สวัสดิ์ และนภัสพร, 2566) ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยดัดแปลงจากข้อคำถาม (Wang, M. et al., 2018; Yu, K. et al., 2017; สวัสดิ์ และนภัสพร, 2566)

ทั้งนี้แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหา โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) พบว่า คำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 (กัลยา, 2550) และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทดสอบกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาช (Cronbach's Alpha) ที่มีค่าระหว่าง 0.864 - 0.865 ซึ่งทุกปัจจัยมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่า โมเดลมาตรวัดบ่งบอกถึงความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (Nunnally, J. C., 1978)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google Form ไปยังผู้เคยใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 400 คน
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Sources) ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐ และเอกชน ดังนี้ 1) หนังสือวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
2. สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 มีอายุอยู่ในช่วงต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุดจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ภาพรวมของปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ และการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ	4.44	0.43	มากที่สุด
1. ไปรษณีย์มีการพัฒนากระบวนการใหม่ในการดำเนินงานโลจิสติกส์	4.53	0.60	มากที่สุด
2. ไปรษณีย์มีการขยายกระบวนการโลจิสติกส์ไปสู่แอปพลิเคชันใหม่ ๆ	4.39	0.65	มากที่สุด
3. ไปรษณีย์มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการตามความต้องการลูกค้า	4.41	0.64	มากที่สุด
ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ	4.35	0.47	มากที่สุด
1. ไปรษณีย์มีการพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์รูปแบบใหม่เสมอ	4.30	0.64	มากที่สุด
2. ไปรษณีย์มีการปรับปรุงการบริการเป็นประจำเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า	4.42	0.67	มากที่สุด
3. ไปรษณีย์มีการผลักดันให้เกิดการนำเสนอบริการโลจิสติกส์ใหม่ ๆ	4.34	0.67	มากที่สุด
ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์	4.34	0.51	มากที่สุด
1. ไปรษณีย์ใช้เทคนิคสร้างสรรค์ในกิจกรรมโลจิสติกส์	4.35	0.67	มากที่สุด
2. ไปรษณีย์มีการปรับปรุงระบบปฏิบัติการโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง	4.35	0.68	มากที่สุด
3. ไปรษณีย์มีการใช้เทคโนโลยีและวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา	4.38	0.68	มากที่สุด
การรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์	4.25	0.50	มากที่สุด
1. ได้รับบริการส่ง/รับสินค้าด้วยความรวดเร็ว	4.22	0.62	มากที่สุด
2. กิจกรรมโลจิสติกส์มีความพร้อมให้บริการลูกค้า	4.35	0.75	มากที่สุด
3. ได้รับการตอบสนองการบริการอย่างถูกต้อง	4.21	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นจำแนกตามตัวแปร พบว่าปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.43) ปัจจัยนวัตกรรมการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.47) ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.51) และการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.50)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใช้สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนมีค่าเท่ากับ 0 โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดจะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 เสมอ
2. การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มีค่าคือ Tolerance อยู่ระหว่าง 0.453 - 0.676 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.758 - 2.134 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 (กัลยา, 2550) แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ
3. การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.584 - 0.676 (R น้อยกว่า 0.80) (กัลยา, 2550)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ตัวแปร	การรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์			t	p
	B	S.E	β		
ค่าคงที่ (a)	1.263	0.234		5.389	0.000
ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ	0.274	0.065	0.235	4.212	0.000*
ปัจจัยนวัตกรรมบริการ	0.260	0.066	0.244	3.969	0.000*
ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์	0.149	0.059	0.150	2.523	0.012*

Adjusted R Square = 0.294 R Square = 0.299 R = 0.547 Durbin-Watson = 1.992
Std. Error of the Estimate (S.E) = 0.234 F = 56.269 p-value = 0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยนำตัวแปรอิสระ (Independent Variable) หรือตัวแปรทำนายเข้าทั้งหมด เพื่อดูว่าตัวแปรเหล่านี้มีตัวแปรที่สามารถร่วมทำนายตัวแปรตาม โดยใช้สถิติถดถอยเชิงพหุคูณแบบ Enter (Enter Multiple Regression Analysis) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า มีตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และสามารถเรียงลำดับค่าอำนาจการพยากรณ์จากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ($\beta = 0.235$) เป็นอันดับที่หนึ่ง ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ($\beta = 0.244$) เป็นอันดับที่สอง และอันดับที่สามคือ ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ($\beta = 0.150$) นอกจากนั้นยังพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมบริการ และปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ มีอำนาจการทำนายการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว มีอำนาจการทำนายประมาณร้อยละ 29.40 (Adjusted R Square = 0.294) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้วิจัยอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญตามสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทั้งนี้เพราะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านการขนส่งเป็นหลัก การนำนวัตกรรมใหม่ ๆ และการพัฒนาปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงการให้บริการอย่างครบวงจร อันจะก่อให้เกิดกระบวนการให้บริการ

ที่ทันสมัย และรวดเร็วต่อการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สวัสดี และนภัสพร, 2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมสมรรถนะโลจิสติกส์ และคุณภาพการบริการ โลจิสติกส์: การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่พบว่า นวัตกรรมกระบวนการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัย (ธีรวิรา และสรพล, 2565) ศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบนวัตกรรมจัดการโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถปรับตัวของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่ของประเทศไทยที่พบว่า นวัตกรรมกระบวนการมีอิทธิพลต่อการเพิ่มขีดความสามารถปรับตัวของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัย (รุ่งฤดี, 2564) ศึกษางานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมแบบเปิดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่พบว่า นวัตกรรมแบบเปิด ด้านกระบวนการมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกับคุณภาพการให้บริการ ทั้งนี้เพราะการมีแอปพลิเคชันใหม่ในการจัดการและติดตามสถานะของการส่งสินค้าให้เป็นปัจจุบัน ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในกระบวนการขนส่งของบริษัทมากขึ้น นวัตกรรมบริการดังกล่าวทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น

ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทั้งนี้เพราะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นหน่วยงานธุรกิจที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งในทุกวันนี้ผู้ใช้บริการทุกประเภท ทั้งผู้ใช้บริการเก่า และใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นการพัฒนาและการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ จึงเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี สิ่งที่จะสามารถทำให้ผู้ใช้บริการเหล่านี้เกิดความพึงพอใจนั้นคือ การให้บริการที่ประทับใจ เพราะฉะนั้นหน่วยงานจึงต้องมีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และทันสมัยมากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สวัสดี และนภัสพร, 2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมสมรรถนะโลจิสติกส์ และคุณภาพการบริการโลจิสติกส์: การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่พบว่า นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัย (อณณภิกษา, 2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่พบว่า นวัตกรรมบริการด้านบุคลากร ด้านคุณภาพการบริการ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการบริการที่เป็นเลิศโดยรวม อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัย (รัชนิกร และธัญนันท์, 2564) ศึกษางานวิจัยเรื่อง ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงินของธนาคารรัฐวิสาหกิจในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่พบว่า นวัตกรรมด้านการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ทั้งนี้เพราะการพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์ใหม่ ๆ โดยนำปัญหาของลูกค้ามาปรับปรุงหาวิธีการพัฒนาการบริการให้ดีขึ้น สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้ามาใช้บริการของบริษัทฯ จนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการมากขึ้นและรับรู้ถึงนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของบริษัทฯ มากขึ้น

ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ทั้งนี้เพราะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ไม่ได้ให้บริการแค่ในสถานประกอบการเพียงอย่างเดียว ยังมีบริการส่งสินค้าถึงมือผู้รับบริการจนถึงหน้าบ้าน เพราะฉะนั้นคุณภาพของการขนส่งสินค้าจึงเป็นอีกหนึ่งอย่างที่จะทำให้ทราบถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหากผู้รับบริการได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง ไม่ชำรุดเสียหาย รวมทั้งเจ้าหน้าที่ขนส่งสินค้าให้บริการด้วยความพร้อม และความเต็มใจ ก็จะเป็นความพึงพอใจต่อหน่วยงานเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สวัสดี และนภัสพร, 2566) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมสมรรถนะโลจิสติกส์ และคุณภาพการบริการโลจิสติกส์: การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยที่พบว่า สมรรถนะโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัย (ภารวี และพัฒน์, 2560) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านเวลา ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านความปลอดภัย รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัย (ชาญชัย และสวัสดิ์, 2565)

ศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย ผ่านสมรรถนะการบริการโลจิสติกส์ การจัดการคุณภาพโดยรวม และนวัตกรรมที่พบว่า สมรรถนะการบริการโลจิสติกส์ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานองค์กร ทั้งนี้เพราะการพัฒนาสมรรถนะโลจิสติกส์ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อถือของลูกค้าในบริการขนส่งของบริษัท เนื่องจากมีการส่งมอบสินค้าที่เร็ว แม่นยำ และตรงตามข้อตกลง รวมถึงการให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ในการติดต่อและให้ข้อมูลในเวลาที่เหมาะสม ทำให้ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการของบริษัทฯ ได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ผู้บริหารของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรมีนโยบายให้ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาระบบและประมวลผลคิดค้นพัฒนาและจัดทำแอปพลิเคชันให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของคนรุ่นใหม่ในยุคออนไลน์ที่ชื่นชอบการช้อปปิ้ง หรือใช้บริการไปรษณีย์ ตลอดจนนักสะสมแสตมป์ให้สามารถเข้าถึงระบบบริการ และข้อมูลข่าวสารของไปรษณีย์ได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยนวัตกรรมบริการ ผู้จัดการฝ่ายกลยุทธ์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการติดตามสถานะของพัสดุ การเสนอบริการใหม่ ๆ เช่น บริการจัดส่งด่วนหรือบริการบรรจุภัณฑ์พิเศษสำหรับธุรกิจหรือลูกค้าส่วนตัว นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาบริการอื่น ๆ เช่น บริการส่งสินค้าระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วขึ้น หรือการใช้ระบบตรวจสอบตัวตนด้านความปลอดภัยของการส่งพัสดุ

3. ปัจจัยสมรรถนะโลจิสติกส์ ฝ่ายบุคคลของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีนโยบายในการส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ไปอบรมพัฒนาองค์ความรู้เพื่อใช้ในการปรับปรุงระบบปฏิบัติการโลจิสติกส์เพื่อช่วยประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจัดการและติดตามพัสดุ การปรับปรุงอินเทอร์เน็ตเฟส และการพัฒนาการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อความรวดเร็วและความโปร่งใสในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ เช่น ประสิทธิภาพการขนส่ง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร เป็นต้น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวอาจจะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

2. ควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้ครอบคลุมการศึกษาให้ครอบคลุมธุรกิจทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการศึกษาและวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในด้านการรับรู้คุณภาพการบริการโลจิสติกส์

3. ควรมีการศึกษารูปแบบของวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยเชิงลึกที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) เป็นต้น

References

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชาญชัย เมธาวิรุฬห์ และสวัสดิ์ วรรณรัตน์. (2565). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย ผ่านสมรรถนะการบริการโลจิสติกส์ การจัดการคุณภาพโดยรวม และนวัตกรรม. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์. ปีที่ 16 ฉบับที่ 25 หน้า 103-125
- ธีรวิภา บวชชัยภูมิ และสรพล บุรณกุล. (2565). รูปแบบนวัตกรรมการจัดการโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการปรับตัวของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่ของประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 หน้า 295-312
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2567). ประวัติกิจการไปรษณีย์ไทย. เข้าถึงเมื่อ (6 กุมภาพันธ์ 2567). เข้าถึงได้จาก (https://www.thailandpost.co.th/un/article_list_with_detail/aboutus/85)

- ภารวี อยู่ย้อย และพัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2560). ปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ใน รายงานการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12. 19 สิงหาคม 2560 หน้า 52-59. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต
- รัชนิกร กล่อมเกลี้ยง และธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงินของธนาคารรัฐวิสาหกิจในพื้นที่จังหวัดนครปฐม. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ. ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 หน้า 647-657
- รุ่งฤดี แซ่ตั้ง. (2564). นวัตกรรมแบบเปิดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สวัสดิ์ วรรณรัตน์ และนภัสพร นิยะวานนท์. (2566). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมสมรรถนะโลจิสติกส์และคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ : การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย. วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปีที่ 46 ฉบับที่ 178 หน้า 1-21
- อัมณิกา ราร่องคำ. (2566). นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 หน้า 596-603
- Bellingkrodt, S. and Wallenburg, C. M. (2013). The Role of External Relationships for LSP Innovativeness: A Contingency Approach. **Journal of Business Logistics**. Vol. 34 Issue 3 pp. 209-221. DOI: 10.1111/jbl.12020
- Chen, M. C., Hsu, C. L., and Lee, L. H. (2020). Investigating Pharmaceutical Logistics Service Quality with Refined Kano's Model. **Journal of Retailing and Consumer Services**. Vol. 57. DOI: 10.1016/j.jretconser.2020.102231
- Chu, Z., Feng, B., and Lai, F. (2018). Logistics Service Innovation by Third Party Logistics Providers in China: Aligning Guanxi and Organizational Structure. **Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review**. Vol. 118 pp. 291-307. DOI: 10.1016/j.tre.2018.08.007
- Gong, Y., Chen, L., Jia, F., and Wilding, R. (2019). Logistics Innovation in China: The Lens of Chinese Daoism. **Sustainability**. Vol. 11 Issue 2. pp. 1-21. DOI: 10.3390/su11020545
- Grawe, S. J., Daugherty, P. J., and Ralston, P. M. (2015). Enhancing Dyadic Performance Through Boundary Spanners and Innovation: An Assessment of Service Provider-Customer Relationships. **Journal of Business Logistics**. Vol. 36 Issue 1 pp. 88-101. DOI: 10.1111/jbl.12077
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., and Armstrong, G. (2015). **Marketing**. 9th Edition. Pearson Higher Education AU
- Kusumawardani, K. A. and Hastayanti, S. A. (2020). Predicting the Effects of Perceived Service Quality and Logistics Service Innovation on Repurchase Intention of Instant Courier Services Through Customer Satisfaction and Trust. **Jurnal Manajemen Indonesia**. Vol. 20 No. 3, pp. 177-193. DOI: 10.25124/jmi.v20i3.3515
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory**. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill
- Ostrom, A. L., Parasuraman, A., Bowen, D. E., Patrício, L., and Voss, C. A. (2015). Service Research Priorities in a Rapidly Changing Context. **Journal of Service Research**. Vol. 18 Issue 2 pp. 127-159. DOI: 10.1177/1094670515576315
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of retailing**. Vol. 64 Number 1 pp. 12-40

- Richey, R. G., Daugherty, P. J., and Roath, A. S. (2007). Firm Technological Readiness and Complementarity: Capabilities Impacting Logistics Service Competency and Performance. **Journal of Business Logistics**. Vol. 28 Issue 1 pp. 195-228. DOI: 10.1002/j.2158-1592.2007.tb00237.x
- Ivan Su, S., Gammelgaard, B., and Yang, S. (2011). Logistics Innovation Process Revisited: Insights from a Hospital Case Study. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**. Vol. 41 No. 6. pp. 577-600. DOI: 10.1108/09600031111147826
- Tanskanen, K., Holmstrom, J., and Ohman, M. (2015). Generative Mechanisms of the Adoption of Logistics Innovation: The Case of On-site Shops in Construction Supply Chains. **Journal of Business Logistics**. Vol. 36 Issue 2 pp. 139-159. DOI: 10.1111/jbl.12089
- Thongkruer, P. and Wanarat, S. (2021). Logistics Service Quality: Where we are and where we go in the Context of Airline Industry. **Management Research Review**. Vol. 44 Issue 2 pp. 209-235. DOI: 10.1108/MRR-12-2019-0544
- Vu, T. P., Grant, D. B., and Menachof, D. A. (2020). Exploring Logistics Service Quality in Hai Phong, Vietnam. **The Asian Journal of Shipping and Logistics**. Vol. 36 Issue 2 pp. 54-64. DOI: 10.1016/j.ajsl.2019.12.001
- Wang, M., Jie, F., and Abareshi, A. (2018). Logistics Capability, Supply Chain Uncertainty and Risk, and Logistics Performance: An Empirical Analysis of Australian Courier Industry. **OSCM Publications**. Vol. 11 Issue 1. pp. 45-54. DOI: 10.31387/oscm0300200
- Wirtz, J. and Lovelock, C. (2021). **Services Marketing: People, Technology, Strategy**. (9th Edition). World Scientific
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row
- Yu, K., Cadeaux, J., and Song, H. (2017). Flexibility and Quality in Logistics and Relationships. **Industrial Marketing Management**. Vol. 62 pp. 211-225. DOI: 10.1016/j.indmarman.2016.09.004

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ
การกำกับดูแลกิจการและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

The Relationship Between Environment Social and Governance Disclosure and Profitability of the Companies

จิรณัฐ เหมราช* นวลปรางค์ แจบไธสง และสมใจ บุญหมื่นไวย

Chiranat Hemmarat* Nualprang Chaepthaisong and Somjai Boonmuenwai

Received: May 2, 2024; Revised: July 30, 2024; Accepted: July 31, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ
การกำกับดูแลกิจการและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทกลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทที่มีคะแนนด้านสิ่งแวดล้อม
สังคม และการกำกับดูแลกิจการจาก ESG Book จำนวน 447 ชุดข้อมูล จาก 147 บริษัท รวบรวมข้อมูลจาก
รายงานประจำปี ฐานข้อมูล SETTRADE และ SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้
วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น
พหุคูณพบว่าบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทั้งอัตรา
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM) แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี
สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความน่าเชื่อถือให้นักลงทุน นอกจากนี้การดำเนินงานที่โปร่งใสสามารถดึงดูด
นักลงทุนซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำกำไรเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ : การเปิดเผยข้อมูล ESG; ความสามารถในการทำกำไร; อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์; อัตรากำไรสุทธิ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan

* Corresponding Author, Tel. 097 334 7020, E - mail: Chiranat.he@rmuti.ac.th

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between Environment Social and Governance disclosure and Profitability of the Companies. The sample size consisted of 447 observations from 147 companies that had ESG scores from ESG Book. Data were collected from the annual report of the SETTRADE and SETSMART database of the Stock Exchange of Thailand. The statistics used for analyzing were descriptive statistical analysis, correlation coefficient analysis and multiple regression analysis. The results show that companies disclosure of governance had a positive relationship both return on equity (ROE) and Net profit margin (NPM) showed that companies with good governance can build trustworthy and credible with investors. Moreover, Transparency make companies more attractive to investors that leads to increasable profitability.

Keywords: ESG Disclosure; Profitability; Return on Assets; Net Profit Market

บทนำ

สถานการณ์ภาวะโลกร้อนปัจจุบันเป็นสิ่งที่น่ากังวลการประชุมในเวทีทั่วโลกต่างให้ความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม การศึกษาวิจัยทางวิทยาศาสตร์ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมายืนยันว่าภัยพิบัติและภัยทางธรรมชาติทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยรายงานผลการศึกษาศาสตร์ของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (The Intergovernmental Panel, 2021) เปิดเผยว่า อุณหภูมิของโลกเพิ่มขึ้น 1.09 องศาเซลเซียส จากความเข้มข้นของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เพิ่มสูงสุดในรอบ 2 ล้านปี ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปทั่วทั้งห่วงโซ่อุปทานในการดำเนินธุรกิจเป็นวงกว้าง หลาย ๆ ประเทศทั่วโลกจึงมีเป้าหมายร่วมกันในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ Carbon Neutrality หรือความเป็นกลางทางคาร์บอน คือ การบรรลุความสมดุลระหว่างปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยออกสู่ชั้นบรรยากาศกับปริมาณคาร์บอนที่ถูกดูดซับกลับคืนมาผ่านการปลูกป่าหรือวิธีการอื่น เช่น การใช้พลังงานหมุนเวียนแทนการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล การซื้อคาร์บอนเครดิต และในปี ค.ศ. 2004 องค์การสหประชาชาติร่วมมือกับสถาบันการเงินรายใหญ่ของโลกเผยแพร่รายงานเรื่อง Who Cares Wins ซึ่งเป็นครั้งแรกที่คำว่า ESG (Environment Social Governance) ได้ปรากฏขึ้นอย่างเป็นทางการ ข้อมูลสำคัญในรายงาน คือ แนะนำให้อุตสาหกรรมการเงินปรับใช้ประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ในงานวิเคราะห์บริหารสินทรัพย์และค่าหลักทรัพย์ รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้เสียทางธุรกิจนำประเด็น ESG มาใช้กำกับดูแลการดำเนินงานในระยะยาว (ศรีชัย, 2566) บริษัทที่มีแนวปฏิบัติด้าน ESG ที่ดีจะได้รับความสนใจจากผู้มีส่วนได้เสียเพราะผู้มีส่วนได้เสียจะสามารถรับรู้ ESG ได้ในทันทีในขณะที่ผลการดำเนินงานทางการเงินอาจจะรับรู้ได้ช้ากว่า (Nguyen, D. T. et al., 2022)

บริษัทหลายบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ให้ความสำคัญกับรายงานความยั่งยืนหรือแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืนมากขึ้นเช่นเดียวกันเพื่อที่บริษัทจะได้มีข้อมูลให้นักลงทุนใช้ในการวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจลงทุนและเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับนักลงทุนว่าธุรกิจนั้นมีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความโปร่งใส ในตัวอย่างรายงานของ KPMG เรื่อง Impact of ESG Disclosure อธิบายว่า ผู้ลงทุนชั้นนำระดับโลก เช่น BlackRock และ Vanguard นิยมใช้ข้อมูล ESG มาวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบริษัทในระยะยาว เช่น ข้อมูลการใช้พลังงานที่สะอาด ต้นทุน และความเสี่ยงในการพึ่งพาพลังงานของธุรกิจ รวมทั้งมีการนำปัจจัยด้าน ESG มาเป็นส่วนหนึ่งในเงื่อนไขการออกผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุน เช่น กองทุน และ ETFs โดยเชื่อว่าธุรกิจที่คำนึงถึงหลักการ ESG จะช่วยลดความเสี่ยงจากการลงทุนและสามารถสร้างผลตอบแทน

ทางการเงินได้สม่ำเสมอ (กนกพร และคณะ, 2564) และด้านการตลาด (สุภาพันธุ์ และนันทิยา, 2566) ควบคู่ไปกับการสร้างผลลัพธ์ที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่เปรียบเสมือนกระจกที่สะท้อนภาพการดำเนินงานของธุรกิจของบริษัทที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแลกิจการ ที่ดำเนินงานอย่างโปร่งใสสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง เพราะธุรกิจมีรูปแบบการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ได้มาตรฐานจะสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการลงทุนได้ในประเทศไทยก็มีการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ในรูปแบบเรตติ้งเพื่อช่วยให้นักลงทุน นักวิเคราะห์การลงทุน และผู้จัดการลงทุน มีข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์และตัดสินใจในการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงช่วยส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนมุ่งมั่นในการพัฒนาผลการดำเนินงานด้าน ESG อย่างต่อเนื่อง (ภากร, 2566) นอกจากนี้ยังมีการประเมินจากผู้ประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนระดับโลกที่เป็นพันธมิตรของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปัจจุบันหลายองค์กร เช่น ESG Book, MSCI, S&P Global เป็นต้น เพื่อให้บริการข้อมูลด้าน ESG แก่นักลงทุนใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงสนใจศึกษา “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท” ประกอบด้วย มิติสิ่งแวดล้อม (E) มิติสังคม (S) และมีติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (G) ที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรโดยวัดจากอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM) โดยมีตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดของบริษัท (SIZE) (สัมฤทธิ์, 2565) ซึ่งข้อมูลในงานวิจัยนี้มีประโยชน์โดยเป็นการกระตุ้นให้นักลงทุนเล็งเห็นถึงความสำคัญในการลงทุนในหุ้นยั่งยืนที่สร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่ลงทุน และเป็นการสร้างแรงกดดันให้เห็นถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูล ESG ในแต่ละองค์ประกอบมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการในแต่ละองค์ประกอบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดและวรรณกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ

ESG ย่อมาจาก Environmental, Social, and Governance เป็นแนวคิดในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนประกอบไปด้วยสิ่งแวดล้อม คือการที่บริษัทใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การรักษาและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ สังคม คือการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรอย่างเท่าเทียม คำนึงถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานและสุขภาพของพนักงาน อีกทั้งการให้ความสำคัญกับชุมชนที่อยู่รอบด้าน และบรรษัทภิบาล คือการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ต่อต้านการทุจริต มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีและดูแลผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทอย่างเป็นธรรม (ฐิติเมธ, 2563) ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจลงได้ในมุมมองของนักลงทุนปัจจุบันและอนาคต การลงทุนในบริษัทที่มีแนวปฏิบัติด้าน ESG มีการออกแบบแนวการลงทุนในชื่อต่าง ๆ ดังนี้

1. Sustainable and Responsible Investing (SRI) คือ การลงทุนโดยพยายามค้นหาบริษัทที่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบ (Negative Screening) ออกจากพอร์ตการลงทุน เช่น หุ้นเกี่ยวกับธุรกิจยาสูบหรือหุ้นที่ธุรกิจได้สร้างผลกระทบเชิงลบและเป็นอันตรายต่อส่วนรวม เช่น หุ้นของบริษัทที่ธุรกิจทำให้เกิดมลพิษ หรือละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

2. Ethical Investing คือ การไม่ลงทุนในหุ้นกลุ่มที่สร้างผลกระทบทางด้าน ESG

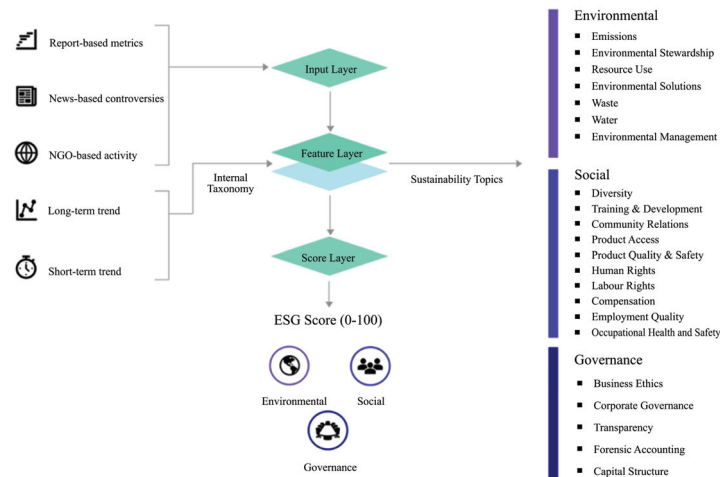
3. Impact Investing คือ การลงทุนที่ให้ความสนใจทั้งด้านอัตราผลตอบแทนที่ดีและธุรกิจที่สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมไปพร้อมกัน โดยการลงทุนแนวนี้นต้องการหลักฐานที่ชัดเจน เช่น รายงานที่เปิดเผยให้เห็นถึงการกระทำและผลลัพธ์ในเรื่องดังกล่าว และเริ่มมีการกำหนดขอบเขตของการรายงานที่มีความลึกซึ้งขึ้น เช่น ด้าน Renewable Energy, Sustainable Agriculture, Water Management และ Clean Technology เป็นต้น (กฤษฎา, 2564)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) เป็นแนวคิดที่เน้นการพิจารณาผลกระทบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน ชักฟลายเออร์ ชุมชน นักลงทุน หรือแม้แต่วิชาการ โดยมุ่งหมายเพื่อสร้างความสมดุลและตอบสนองความต้องการของผู้เกี่ยวข้องที่ได้รับผลกระทบจากการกระทำขององค์กรทั้งหมด (Freeman, R. E. and Reed, D. L., 1983)

ข้อมูล ESG ใช้คะแนนจาก ESG Book คือ บริษัทที่จัดตั้งขึ้นภายใต้กฎหมายของเยอรมนี เป็นผู้ให้บริการข้อมูลด้านความยั่งยืนและบริการให้คำปรึกษา และดำเนินการแพลตฟอร์มข้อมูลด้านความยั่งยืน ESG Book เริ่มมีการประเมินความยั่งยืนของบริษัทตั้งแต่ปี ค.ศ. 2018 มีการประเมินผลด้านความยั่งยืนของธุรกิจกว่า 100,000 บริษัททั่วโลก การประเมินผลจะนำมาสู่การจัดอันดับองค์กรที่รักษาความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด มีวิธีการประเมินคะแนน ESG 3 (รูปที่ 1) ขั้นตอนดังนี้

1. Input Layer คือ การรวบรวมและทำความสะอาดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน
2. Feature Layer คือ การรวบรวมข้อมูล Input ตามหัวข้อที่กำหนดไว้
3. Score Layer คือ การรวบรวมคะแนน ESG Book



รูปที่ 1 การประเมินคะแนน ESG

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อมและความสามารถในการทำกำไร
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อมและความสามารถในการทำกำไรที่ผ่านมาพบว่า มีผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ดังเช่น งานวิจัย (พิมล และปริญา, 2565) พบว่า การบริหารจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมมีผลเชิงบวกต่อความยั่งยืนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้อง (สมฤทธิ์, 2565) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการความยั่งยืนมีผลเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชัดเจนกับงานวิจัย (พิมพ์โพยม, 2564) พบว่า ระดับความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลกระทบทางตรงต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เช่นเดียวกับงานวิจัย (ณัฐศิษฐ์, 2566) พบว่า ผลคะแนนสิ่งแวดล้อมไม่พบความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อาจเพราะเป็นกิจกรรมมีแนวโน้มที่จะไม่เพิ่มคุณค่าให้แก่บริษัทและยังกลายเป็นต้นทุนที่บริษัทต้องแบกรับในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวหรือการวัดผลคะแนนทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลอาจไม่ได้สะท้อนถึงหลักการทางปฏิบัติของแต่ละบริษัทที่มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละบริษัทเช่นเดียวกับงานวิจัย (นริศรา และสุชาติ, 2561) พบว่า ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการและตรวจสอบสิ่งแวดล้อมมีผลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทั้งด้านการบัญชีและด้านการตลาดดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

H1: การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบด้านสังคมและความสามารถในการทำกำไร

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบด้านสังคมและความสามารถในการทำกำไรที่ผ่านมาพบว่า มีผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบดังเช่นงานวิจัย (ภัทรพงศ์, 2560) พบว่า บริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดจะมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าบริษัทที่เปิดเผยเพียงข้อมูลพื้นฐานตามที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด สอดคล้องกับ (นพพร, 2564) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลการลงทุนเพื่อสังคมในรายงานประจำปีมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรตามราคาตลาดของหลักทรัพย์ สอดคล้องกับงานวิจัย (นันทพัทธ์ และการันต์, 2566) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมชุมชนและสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากทำให้เกิดการตระหนักรู้ของคนในชุมชนต่อการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตทำให้สมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นต่อธุรกิจ และสุดท้ายก็จะส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการเงินของธุรกิจนั่นเอง ขัดแย้งกับงานวิจัย (สมบุรณ์, 2565) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสังคมไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ อาจเพราะนักลงทุนใช้ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในระดับน้อยอยู่ เช่นเดียวกับ (ดวงหทัย, 2562) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ เพราะการดำเนินการเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้บริหารว่าจะจัดสรรงบประมาณและใช้เป็นกลยุทธ์ของกิจการหรือไม่ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัย (พิมพ์ฤทัย, 2563) พบว่าการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้ามกัน เนื่องจากบริษัทคิดว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่ทำให้บริษัทมีอัตราส่วนทางการเงินที่วัดผลการดำเนินงานของกิจการดังกล่าวลดลง ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

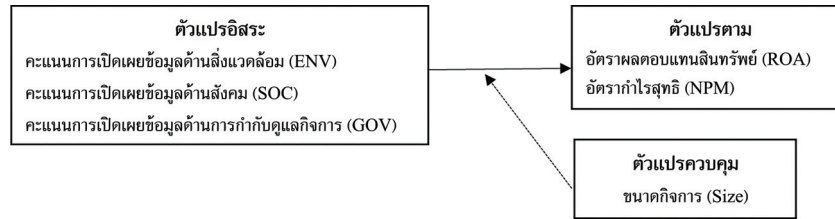
H2: การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกำกับดูแลกิจการและความสามารถในการทำกำไร

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกำกับดูแลกิจการและความสามารถในการทำกำไรที่ผ่านมาพบว่า มีผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ดังเช่นงานวิจัย (เบญจวรรณ, 2561) พบว่า คะแนนการกำกับดูแลกิจการมีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์แสดงให้เห็นว่ากิจการที่มีการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ร่วมกับการบริหารจะช่วยให้มีผลการดำเนินงานดีขึ้น สอดคล้องกับ (อารียา และฐิตาภรณ์, 2564) พบว่า การกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร เพราะการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยให้การจัดการด้านผลกำไรของบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและส่งผลกระทบต่อกิจการมีผลการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ (พิมล และปริญญา, 2565) พบว่า การบริหารจัดการความยั่งยืนด้านการกำกับดูแลกิจการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนทางการเงิน สอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารให้ความสำคัญต่อบริษัท และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านสังคม การมีส่วนร่วมต่อสังคมและชุมชน การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียรวมทั้งการให้ความสำคัญต่อแรงงาน (Freeman, R. E. and Reed, D. L., 1983) ขัดแย้งกับงานวิจัย (ภัทรศรี, 2562) ไม่พบอิทธิพลของผลประโยชน์การกำกับดูแลกิจการต่ออัตรากำไรสุทธิ และงานวิจัย (วิวัฒน์ และคณะ, 2566) พบว่า การกำกับดูแลกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทด้านอัตราส่วนกำไรสุทธิและงานวิจัย (ศุภกร และเบญจพร, 2565) พบว่า คะแนนการกำกับดูแลกิจการ (CGS) และสัดส่วนจำนวนกรรมการอิสระ (IND) ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) และอัตรากำไรขั้นต้น

H3: การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

กรอบแนวคิดงานวิจัย จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษา จึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า และมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทั้งในส่วนของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ประชากร คือ กลุ่มบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีคะแนนการเปิดเผยข้อมูล ESG จาก ESG Book จำนวน 180 บริษัท โดยเก็บรวบรวมจาก SETTRADE และ SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงเนื่องจากข้อจำกัดทางข้อมูล ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีคะแนนการเปิดเผยข้อมูล ESG จาก ESG Book ที่มีข้อมูลครบถ้วนตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2566 จนถึงไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลา 3 ไตรมาส จำนวน 149 บริษัท คิดเป็นจำนวนข้อมูลทั้งสิ้น 447 ข้อมูล ซึ่งสามารถแสดงการกำหนดค่าตัวแปรได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การกำหนดค่าตัวแปร

ชื่อย่อตัวแปร	ชื่อตัวแปร	การวัดค่า
ENV	คะแนนด้านสิ่งแวดล้อม	คะแนนจาก ESG Book
SOC	คะแนนด้านสังคม	คะแนนจาก ESG Book
GOV	คะแนนด้านการกำกับดูแลกิจการ	คะแนนจาก ESG Book
ROA	อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์	กำไรสุทธิ ÷ สินทรัพย์รวม (เฉลี่ย) × 100 (%)
NPM	อัตรากำไรสุทธิ	กำไรสุทธิ ÷ ยอดขาย × 100 (%)
Size	ขนาดกิจการ	สินทรัพย์รวม

ที่มา จากการทบทวนวรรณกรรม (อารียา และจิตาภรณ์, 2564)

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis) ได้แก่ ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเฉลี่ยของข้อมูล (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 2 สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม และตัวแปรควบคุม

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ENV	447	30.10	81.32	56.81	10.64
SOC	447	39.88	79.34	60.21	7.50
GOV	447	20.17	83.19	51.84	14.57
ROA	447	-9.34	34.06	7.32	6.03
NPM	447	-28.46	114.53	9.96	12.67
LnSize	447	7.24	15.08	10.44	1.57

จากตารางที่ 2 แสดงสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรอิสระการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) ที่วัดจากค่าการให้คะแนนการเปิดเผยข้อมูลจาก ESG Book ปี พ.ศ. 2566 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่า มีค่าต่ำสุดคือ 30.10 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 81.32 โดยมีค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 56.81 เท่า และ 10.64 เท่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม (SOC) พบว่า มีค่าต่ำสุดคือ 39.88 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 79.34 โดยมีค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 60.21 เท่า และ 7.50 เท่า และการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการ (GOV) พบว่า มีค่าต่ำสุดคือ 20.17 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 83.19 โดยมีค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 51.84 เท่า และ 14.57 เท่า

ตัวแปรตามคือ ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท วัดจากอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่า มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -9.34 เท่า และค่าสูงสุดอยู่ที่ 34.06 เท่า โดยมีค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.32 เท่า และ 6.03 เท่า และอัตรากำไรสุทธิพบว่า มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -28.46 เท่า มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 114.53 เท่า โดยมีค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.96 เท่า และ 12.67 เท่า

ตัวแปรควบคุมคือ ขนาดของบริษัท (Size) วัดจากสินทรัพย์รวม โดยใส่ Natural Logarithm เพื่อปรับความแตกต่างของขนาดบริษัทให้เป็นฐานเดียวกัน โดยค่าแสดงที่มีค่ามากหมายถึง บริษัทที่มีขนาดใหญ่ จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่า มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 7.24 เท่า และมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 15.08 เท่า โดยมีค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ระดับ 10.44 เท่า และ 1.57เท่า

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ตัวแปร	Correlations						Collinearity Statistics	
	ENV	SOC	GOV	ROA	NPM	LnSize	Tolerance	VIF
ENV	1						.581	1.722
SOC	.551**	1					.678	1.476
GOV	-.101*	0.081	1				.786	1.272
ROA	-.100*	-0.033	.426**	1				
NPM	0.027	-0.059	.236**	.393**	1			
LnSize	.447**	.201**	-.429**	-.205**	0.025	1		

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

จากตารางที่ 3 พบว่าอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ($r = -0.100$) และการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการ ($r = 0.426$) แต่เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์พบว่ามีความเป็นลบกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม แสดงว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ ในทิศทางตรงกันข้าม ในขณะที่ไม่พบความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม ($r = -0.033$) และอัตรากำไรสุทธิมีความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการ ($r = .236$) แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ($r = 0.027$) และสังคม ($r = -0.059$)

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์					อัตรากำไรสุทธิ				
	B	Std. Error	β	t	Sig.	B	Std. Error	β	t	Sig.
(Constant)	1.504	2.936		0.512	0.609	-7.482	6.519		1.148	0.252
ENV	0.017	0.032	0.029	0.522	0.602	0.089	0.071	0.075	1.256	0.21
SOC	0.042	0.042	0.052	-0.99	0.323	-0.269	0.093	-0.159	2.887	0.004**
GOV	0.177	0.02	0.428	8.816	0.000***	0.284	0.045	0.327	6.382	0.000***
LnSize	0.009	0.204	0.002	0.043	0.966	1.326	0.454	0.164	2.924	0.004**
R = 0.432 R ² = 0.186 Adjusted R ² = 0.179						R = 0.305 R ² = 0.093 Adjusted R ² = 0.084				

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ที่มีการถดถอยเชิงพหุเพื่อหาความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและความสามารถในการทำกำไรพบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM) กล่าวคือ หากบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล ด้านสิ่งแวดล้อม (ENV) จะไม่ส่งผลกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม (SOC) ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ (NPM) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ($B = -0.269$, $p < 0.05$) กล่าวคือ หากบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม (SOC) เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิ (NPM) ลดลง ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H2 การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

การเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการ (GOV) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 99 % ($B = 0.177$, $p < 0.01$) และ ($B = 0.284$, $p < 0.01$) ตามลำดับ กล่าวคือหากบริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการ (GOV) เพิ่มขึ้นจะส่งผลทำให้ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H3 การเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

สำหรับตัวแปรควบคุมพบว่าขนาดของกิจการ (SIZE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตรากำไรสุทธิ (NPM) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์แสดงค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adjusted-R-Square) แล้ว เท่ากับ 0.084 สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรได้ร้อยละ 8.4

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทพบว่า มีหลายมิติที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์เชิงลบ ต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมไม่ได้เป็นกิจกรรมบังคับจากหน่วยงานกำกับดูแลบริษัทที่ไม่ได้มีประเด็นอ่อนไหวด้านสิ่งแวดล้อม จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว สอดคล้อง (พิมพ์โพยม, 2564; ญัญญุศิษฐ์, 2566) พบว่า คะแนนการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมไม่พบความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของกิจการ เนื่องจากกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่จะไม่เพิ่มคุณค่าให้แก่บริษัทและเพิ่มต้นทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินกิจกรรมซึ่งไม่สะท้อนถึงหลักการทางปฏิบัติที่สร้างความแตกต่างให้ธุรกิจ

2. การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ เนื่องจากบริษัทอาจจะมองว่าการดำเนินกิจกรรมด้านสังคมเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้ทำให้สินทรัพย์เพิ่มขึ้น ทำให้ไม่ส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ของกิจการ หรือส่งผลให้ผลตอบแทนลดลง เช่นเดียวกับ (ดวงหทัย, 2562; พิมพ์ฤทัย, 2563) การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้บริหารว่าจะจัดสรรงบประมาณและใช้เป็นกลยุทธ์ของกิจการ และทำให้มีค่าใช้จ่ายที่ทำให้บริษัทมีอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้วัดผลการดำเนินงานของกิจการลดลง

3. การเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่มีกฎหมายบังคับเพื่อแสดงถึงหลักการพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการซึ่งบริษัทจะต้องปฏิบัติตามอย่างเป็นมาตรฐาน สอดคล้อง (เบญจวรรณ, 2561) พบว่าระดับคะแนนการกำกับดูแลกิจการมีผลกระทบเชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เพราะกิจการที่มีการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ร่วมกับการบริหารจัดการกิจการจะช่วยให้กิจการนั้นมีผลการดำเนินงานที่ดี สอดคล้อง (พิมพ์ และปริญา, 2565) พบว่า การกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนทางการเงินของกิจการที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการเพราะทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นในกิจการ

4. การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับอัตรากำไรสุทธิ เพราะรายงานความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นการรายงานเชิงคุณภาพแต่ไม่ได้บ่งบอกว่าในอนาคตกิจการจะทำได้มากน้อยเท่าใด ขัดแย้งกับงานวิจัย (สมบุรณ์, 2565) พบว่าระดับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (GRI300) มีผลกระทบเชิงบวกกับกำไรสุทธิเพราะนักลงทุนใช้ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในระดับน้อย (สัมฤทธิ์, 2565) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการความยั่งยืนมิติสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราส่วนกำไรสุทธิ

5. การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมพบความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตรากำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพราะการดำเนินกิจกรรมด้านสังคมเป็นค่าใช้จ่ายที่ส่งผลกระทบทำให้กำไรของบริษัทลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศ (Fida, M. and Isnurhadi., 2019) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในประเทศอินโดนีเซียไม่มีความเชื่อมโยงกัน เนื่องจากบริษัทที่มีกำไรสูงไม่ได้กระตุ้นให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมมากขึ้น ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความสามารถในการทำกำไรไม่สามารถใช้เป็นเหตุผลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมได้ (เสาวลักษณ์, 2565) ที่พบว่า การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรที่วัดด้วยอัตราส่วนกำไรสุทธิ (เรวดี, 2565) พบว่า อัตราส่วนทางการเงิน ROE, EPS และ NPM ไม่ได้เป็นตัวกำหนดคุณสมบัติบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับด้าน ESG แต่พบว่ามูลค่าสินทรัพย์ (ขนาดบริษัท) และหนี้สินของบริษัทเป็นตัวกำหนดคุณสมบัติบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับด้าน ESG เป็นสำคัญ

6. การเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการพบความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตรากำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะทำให้การบริหารจัดการภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ จึงส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัย (อลิสสา, 2560) พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลกระทบเชิงบวกต่ออัตรากำไรสุทธิ สอดคล้องกับงานวิจัย (อารียา และฐิตาภรณ์, 2564) พบว่า การกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ (NPM) เนื่องจากการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้น จะช่วยให้การจัดการด้านผลกำไรของบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเมื่อบริษัทมีผลกำไรที่ดี จะช่วยให้กิจการมีมูลค่าสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัย (วรปรียา, 2564) พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านสัดส่วนจำนวนของคณะกรรมการอิสระส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ เนื่องจากการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านสัดส่วนจำนวนของคณะกรรมการอิสระจะมุ่งเน้นการมีอิสระทางความคิดและกล้าแสดงความคิดเห็นในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท นำความรู้และประสบการณ์ที่มีมาใช้ในการทำหน้าที่กรรมการให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์
2. การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์
3. การเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์
4. การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับอัตรากำไรสุทธิ
5. การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมพบความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตรากำไรสุทธิ
6. การเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการพบความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตรากำไรสุทธิ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้

1. ประโยชน์จากผลวิจัยเชิงประจักษ์ส่งผลต่อด้านวิชาการ ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมสังคม และการกำกับดูแลกิจการกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทไม่สามารถสะท้อนข้อมูลได้ทั้งสามองค์ประกอบอย่างครบถ้วนแต่การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทมีการจัดสรรทรัพยากรภายในกิจการเพื่อกำหนดเป็นกิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับสังคมเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้อัตรากำไรสุทธิของกิจการลดลง อย่างไรก็ตามการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการมีผลต่อกำไรสุทธิและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียที่สะท้อนหลักการของบริษัทที่มีการวางนโยบาย การบริหารจัดการทรัพยากรที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้และผู้มีส่วนเสียต่อกิจการ

2. ประโยชน์จากผลวิจัยเชิงประจักษ์ส่งผลต่อบริษัทมหาชนจำกัดที่มีใช้กิจการกลุ่มการเงินสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ส่งผลทำให้อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นสัญญาณอันดีที่สะท้อนถึงผลของการวางกรอบแนวคิดของการบริหารจัดการทรัพยากรบนฐานแนวความคิด ESG สร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่กิจการ

3. ประโยชน์จากผลวิจัยเชิงประจักษ์ส่งผลต่อแนวคิดการตัดสินใจของนักลงทุนสะท้อนให้เห็นถึงการกระตุ้นให้นักลงทุนเล็งเห็นความสำคัญการกับลงทุนในหุ้นยั่งยืนที่สร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่การลงทุนและเป็นการสร้างแรงดันให้เห็นถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูล ESG ในแต่ละองค์ประกอบมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจศึกษาอาจจะศึกษาในกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร หรือกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (MAI) เป็นต้น
2. ผู้ที่สนใจศึกษาอาจใช้ข้อมูลเปรียบเทียบกันเป็นรายปี เพื่อดูแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ผลการศึกษาที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

References

- กนกพร รัตนอำพล, ธาณิ พงศ์สุพัฒน์ และอภิชาติ พงศ์สุพัฒน์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มหุ้นยั่งยืน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **Journal of Buddhist Education and Research : JBER**. ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 หน้า 62-76
- กฤษฎา เสกตระกูล. (2564). ESG กับการเป็น **Good Companies**. เข้าถึงเมื่อ (30 กรกฎาคม 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/352-being-good-companies-with-esg>)
- จิตติเมธ โภคชัย. (2563). หุ้นกลุ่ม ESG อีกทางเลือกสำหรับนักลงทุน. เข้าถึงเมื่อ (20 พฤศจิกายน 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/66-esg-stock-investment>)
- ณัฐวิษณุ ศรีอิสสกุล. (2566). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงิน (**Corporate Financial Performance**) กับผลคะแนนสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (**ESG Scores**) รวมไปถึงคะแนนแยกตามหมวดหมู่ในแต่ละหมวด (**Pillar Scores**) ของบริษัทจดทะเบียนในดัชนี **NASDAQ100** ในประเทศสหรัฐอเมริกา. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล
- ดวงหทัย ต่อชีพ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากรที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- นพพร แพทย์รัตน์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลการลงทุนเพื่อสังคมกับมูลค่าองค์กรตามราคาตลาด. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 41 ฉบับที่ 3 หน้า 73-87
- นริศรา อยู่จรรยา และสุชาดา เจียมสกุล. (2561). ดัชนีการเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของบริษัท. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร. ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 หน้า 83-102
- นันทพัทธ์ โนนศรีเมือง และการ์นต์ กิจระการ. (2566). ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม. ปีที่ 7 ฉบับที่ 5 หน้า 360-375
- เบญจวรรณ ศุภภัทรพร. (2561). ผลกระทบของระดับคะแนนการกำกับดูแลกิจการต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 หน้า 171-190
- พิมพ์โพยม สุดเจริญ. (2564). การศึกษาผลกระทบของระดับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (**ESG**) ต่อผลการดำเนินงานผ่านความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (**SET**). การค้นคว้าอิสระหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การบัญชีและการบริหารการเงิน) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พิมพ์ฤทัย ชัดดีชัย. (2563). ความสัมพันธ์ของระดับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลของการดำเนินงานของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการที่อยู่ในดัชนี **SET100**. สารนิพนธ์หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- พิมล เลิศทรัพย์อนันต์ และปริญญา มากสิน. (2565). อิทธิพลของการบริหารจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการต่อความยั่งยืนทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและภาษา. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 หน้า 101-122
- ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทจดทะเบียนกับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและผลการดำเนินงาน. วารสารการจัดการสมัยใหม่. ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 หน้า 114-130

- ภัทรศจี ขำครุฑ. (2562). ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงานกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. สารนิพนธ์หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
เรวดี พานิช. (2565). ความสัมพันธ์เชิงพลวัตระหว่างผลตอบแทนและผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนกลุ่มธุรกิจยั่งยืนที่ถูกจัดอันดับด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). ปีที่ 28 ฉบับที่ 2 หน้า 31-45
- ภากร ปิตวัชชัย. (2566). ประกาศผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings 193 บจ. เข้าถึงเมื่อ (17 ธันวาคม 2566). เข้าถึงได้จาก (<https://www.set.or.th/th/about/setsource/newsrelease/article/366-setesg>)
- วรปรียา ช่างเอก. (2564). โครงสร้างผู้ถือหุ้นและการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจทรัพยากรและเทคโนโลยีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 หน้า 117-129
- วิวัฒน์ จันทรประสิทธิ์, ศิริรัตน์ พ่วงแสงสุข, นวรัตน์ ชวนะโชติ, บุญเรียม ทะไกรราช, วรัญญา สมศิริ และ คัมภีร์ เนตรอัมพร. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการ และอัตราส่วนทางการเงินกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีบรรษัทภิบาลในระดับดีเลิศ. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 หน้า 44-59
- ศรชัย สุนต์ตา. (2566). ไครครอด ESG. เข้าถึงเมื่อ (17 ธันวาคม 2566). เข้าถึงได้จาก (<https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/who-create-esg.html>)
- ศุภกร โพธิ์ทอง และเบญจพร โมกขะเวส. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารสภาพคล่องกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ปีที่ 6 ฉบับที่ 4 หน้า 252-262
- สมบุรณ์ สารพัด. (2565). ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 หน้า 56-81
- สุภาพันธุ์ สายทองอินทร์ และนันทิยา พรหมทอง. (2566). การอยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนของไทยและผลการดำเนินงานด้านการตลาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 หน้า 7-21
- สัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์. (2565). ผลกระทบของการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการความยั่งยืนที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปีที่ 12 ฉบับที่ 4 หน้า 161-177
- เสาวลักษณ์ อ่ำคุณ. (2565). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคม การกำกับดูแลกิจการ อัตราส่วนสภาพคล่องส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างเงินทุนและมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภคและเทคโนโลยี. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. ปีที่ 6 ฉบับที่ 4 หน้า 224-235
- อลิสสา ประมวลเจริญกิจ. (2560). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมและผลประกอบการทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 หน้า 45-55

- อารียา ศรีธรรมนิตย์ และฐิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกับดักและการและประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์กับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 หน้า 183-195
- Fida, M. and Isnurhadi.(2019). Social Disclosure and Profitability: Study in Indonesia Companies. **Journal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan**. Vol. 14 No. 1 pp.45-58
- Freeman, R. E. and Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. **California Management Review**. Vol. 25 Issue 3 pp. 88-106. DOI: 10.2307/41165018
- Nguyen, D. T., Hoan, T. G., and Tran, H. G. (2022). Help or Hurt? The Impact of ESG on Firm Performance in S&P 500 Non-Financial Firms. **Australasian Accounting Business and Finance Journal**. Vol. 16 pp. 91-102. DOI: 10.14453/aabfj.v16i2.7
- The Intergovernmental Panel. (2021). **Climate Change 2021: The Physical Science Basis**. Working Group I Contribution to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. pp. 3-32

การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร Wellness Tourism Route Design of Dusit District, Bangkok

ชลิต ฉีบบพิมาย^{1*} นิสากร นครเก่า¹ พีรวิชญ์ สิงฆาพะ² และนรุตม์ชัย สมใจ³

Chalit Chiabphimai^{1*} Nisakorn Nakornkao¹ Peravich Singkhala² and Narutchai Somjai³

Received: June 18, 2024; Revised: September 9, 2024; Accepted: September 10, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร และเพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร รวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผนวกกับการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อระดมสมองกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้งการประเมินและรองรับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ความเที่ยงตรงของข้อมูลใช้ 2 คือ เทคนิคสามเส้าแบบวิธีการที่แตกต่างและการใช้เทคนิคสามเส้าของผู้ให้ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและกิจกรรมพิเศษในวันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ ระบบการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางราง และทางอากาศ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านของฝากและของที่ระลึก กิจกรรมเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชุมชน กิจกรรมธรรมชาติบำบัด กิจกรรมเรียนรู้เพื่อสุขภาพ กิจกรรมกีฬาเพื่อสุขภาพ กิจกรรมการดูแลสุขภาพ และธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล ในด้านการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ ขั้นตอนการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ไม่เคยจัดเดินทางหรือไม่เคยจัดนำเที่ยวในเส้นทางนี้มาก่อน ขั้นตอนการจำแนกทรัพยากรการท่องเที่ยวตามรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ขั้นตอนการวางแผนและการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และขั้นตอนการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

คำสำคัญ : การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ; กรุงเทพมหานคร

¹ วิทยาลัยพัฒนามหานคร มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

² งานการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท ขนส่ง จำกัด

³ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

¹ Institute of Metropolitan Development, Navamindradhiraj University

² Marketing and Customer Relationship, The Transport Company Limited

³ Graduate School, Kasem Bundit University

* Corresponding Author, Tel. 09 4995 6614, E - mail: chalit@nmu.ac.th

Abstract

This qualitative research aimed to survey wellness tourism resources in Dusit District, Bangkok and designed wellness tourism routes in Dusit District, Bangkok. The data collection was sought by survey wellness tourism resources, focus group conducted with those involved in tourism development and travel experts evaluated and supported wellness tourism routes in Dusit District, Bangkok. The content analysis was employed to analyze the data. The finding showed that wellness tourism resources in Dusit District, Bangkok consist of five important elements: attractions include man-made attractions and special events on important days and festivals. Accessibility to tourist attractions include land, water, railway and air transport systems. Amenities include hotels, restaurants, and souvenir shops. Activities include community history learning events, natural therapeutic activities, healthy learning activities and engaging in sports activities contributes to overall health and wellness. Ancillary services include banks, post offices and hospitals. Designing wellness tourism routes in Bangkok's Dusit area consists of five important sequences: the step involves surveying wellness tourism resources that are either unorganized or have not previously organized a tour along this route. The step involves categorizing tourism resources based on the type of wellness tourism activities. The steps involved in planning and designing wellness tourism routes. The steps for verifying data accuracy and wellness tourism route formats and the step involves explaining wellness tourism routes. The wellness tourism route is located in Dusit District, Bangkok. It presents the attractions and activities of wellness tourism, dividing the routes according to the behavior of the target group of tourists. It serves as a tool for disseminating wellness tourism information and connecting travel routes to bolster the wellness tourism industry.

Keywords: Tourism Route Design; Wellness Tourism; Bangkok

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้นตามลำดับ เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทางธรรมชาติ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่ง จากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่การจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติ มาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและใจให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุลและสามารถประยุกต์ในชีวิตประจำวันได้ (ศุภกิจ, 2561) นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นเครื่องมือที่สามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า มีจำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเพื่อเข้ารับบริการรักษาพยาบาลเฉลี่ย 1.2 ล้านคนต่อปี มีความสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวที่คนทั่วไปให้ความสำคัญกับการใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น โอกาสของประเทศไทยมีจุดแข็งที่เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ จำนวนมาก โดยเฉพาะในการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะกลุ่มประเภทอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงทำอาหาร (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) (กานดา, 2561) จากการศึกษาแนวโน้มการท่องเที่ยวยุคใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตระหนักถึงการดูแล

สุขภาพมากขึ้นและมีประเด็นที่น่าสนใจ คือ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมาย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเติบโตที่มีแนวโน้มทางการบริการก็ได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด อาทิ การส่งเสริมการตลาดโดยการจัดทำแพ็คเกจ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเชิงสุขภาพร่วมกับการให้บริการทางการแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (สมุทฺธ และอุษา, 2565)

การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพหรือการให้ความรู้ด้านสุขภาพเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับสุขภาพ มีผลต่อบุคคลเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ความเข้าใจ วิถีคิด ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติที่นำไปสู่การพัฒนาทักษะของบุคคลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ เพื่อนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดีของประชาชน (วรรณวิไล, 2544) มุมมองในการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่สารสนเทศสุขภาพ คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อพื้นบ้าน และสื่อกิจกรรม (บรรจง, 2557) ส่วนสารสนเทศที่ให้บริการจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางเดินทาง และแผนที่ 2) กิจกรรมท่องเที่ยว 3) ร้านอาหารและแหล่งบันเทิง 4) โรงแรมที่พักและราคา 5) ข้อมูลความรู้สำหรับการเดินทาง เช่น สภาพอากาศ การติดต่อทางโทรศัพท์ สิ่งที่ต้องปฏิบัติ/ไม่ควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ดีที่สุดของการเดินทาง และความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น (ประภัสสร์ และคณะ, 2562) ทั้งนี้การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว หรือ Trail สำหรับนักท่องเที่ยว เป็นอีกวิธีการหนึ่งในการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศสุขภาพ ซึ่งสามารถกำหนดประเภทข้อมูลนำเสนอสำหรับเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละเส้นทางที่แตกต่างกัน วิธีการนี้มีข้อดี คือ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางท่องเที่ยวตามความต้องการได้ ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ (กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว กองพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, 2560) ทั้งนี้จากการทบทวนข้อเสนอแนะในประเด็น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยพบว่าควรพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างเรื่องราวที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์และกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูล รวมทั้งการพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับการบริการและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เพชรภรณ์ และคณะ, 2564) ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566 - 2570 ยุทธศาสตร์ที่ 4 ในประเด็น การพัฒนาระบบเครือข่ายสารสนเทศเพื่อเชื่อมโยงกับเครือข่ายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการท่องเที่ยวทั้งระบบ โดยการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ได้ง่าย จึงเป็นสิ่งใหม่ที่จะช่วยนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้ Platform นำไปสู่การส่งเสริมระบบเศรษฐกิจในมิติการกระจายรายได้ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจกล่าวได้ว่าหากมีแพลตฟอร์มดิจิทัลที่รองรับการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว จากผู้ประกอบการส่งให้นักท่องเที่ยวโดยตรง และตอบโต้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนรุ่นใหม่ ๆ จะเป็นการเพิ่มและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง (กองพัฒนาบริการท่องเที่ยว, 2565)

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการส่งเสริมฟื้นฟู ตลอดจนการบำบัดสุขภาพ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทนี้มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) เกิดกระแสดังกล่าวของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นกับประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่พร้อมนำเสนอเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมทั้งในเขตพื้นที่ดุสิต กรุงเทพมหานคร แต่ทว่ายังขาดการประชาสัมพันธ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง จึงมีความสำคัญยิ่งในการทำวิจัยเรื่อง การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคตที่สอดคล้องตามแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566 - 2570

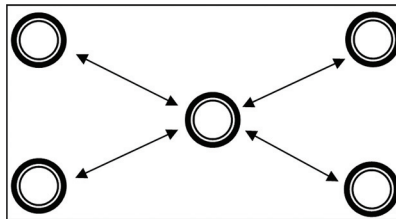
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสำรวจเส้นทางเพื่อจัดนำเที่ยว (จันทข, 2552) ระบุว่า การสำรวจเส้นทาง คือ การเดินทางไปยังเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาจัดเป็นรายการนำเที่ยว เริ่มต้นจากการสำรวจสภาพภูมิศาสตร์ และภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง ผู้สำรวจเส้นทางควรมีการวางแผนที่สำคัญมีหลายประเด็น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว โดยสำรวจเส้นทางและค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวต้องแวะเที่ยวจุดไหนก่อน จุดไหนหลัง ต่อจากนั้นให้สำรวจการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจุดว่าง่ายอย่างไร มีการเปลี่ยนถ่ายยานพาหนะอื่นหรือไม่ สำรวจบริเวณทางผ่านใกล้เคียงว่ามีร้านอาหารที่สามารถน่านักท่องเที่ยวมารับบริการได้หรือไม่ สำรวจว่ามีที่พักใกล้เคียงเหมาะสมที่ใดบ้าง ตลอดจนสำรวจว่ามีร้านขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้แวะซื้อเลือกชมอย่างไรหรือไม่ ในกรณีการสำรวจเส้นทางใหม่หรือการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่เคยจัดเส้นทางหรือไม่เคยจัดนำเที่ยว ในเส้นทางนั้น หรืออาจเคยมีการเดินทางจัดนำเที่ยวมาบ้างแต่ก็เป็นเวลานานมาแล้ว การสำรวจเส้นทางใหม่เป็นการสำรวจที่ค่อนข้างยุ่งยากเนื่องจากองค์ประกอบในการจัดนำเที่ยวมีให้เลือกน้อย อาจต้องบุกเบิกเส้นทางหาร้านอาหาร ที่พักที่ตัวเอง การสำรวจในลักษณะนี้ควรคำนึงถึงผลกระทบที่ตามมาในหลาย ๆ อย่าง ได้แก่ เป็นเขตหวงห้ามของทางการหรือไม่ การเข้าถึงง่ายอย่างไร มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวหรือไม่ ถ้าจัดขายรายการนำเที่ยวได้รับความสนใจมากน้อยเพียงไร หรือการทบทวนประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่ผู้จัดมีความริเริ่มดี ๆ สามารถคิดค้นรายการนำเที่ยวใหม่ ๆ จากแหล่งท่องเที่ยวเดิม ๆ สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบมุมมองใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเริ่มต้นมีการบุกเบิกสอดแทรกเพิ่มเติมเส้นทางท่องเที่ยวในมุมมองใหม่หรือมีมุมมองความสวยงามแปลกตาที่นักท่องเที่ยวไม่ทราบ ผู้จัดควรนำประเด็นเหล่านี้นำมาเป็นจุดขายที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจมากขึ้น โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดดังกล่าวข้างต้นนี้เป็นฐานคิดในการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว (Buhalis, D., 2000) ระบุว่า กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นรวมถึงกิจกรรมพิเศษ 2) เส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ ระบบการขนส่ง เส้นทาง สถานี และยานพาหนะ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ร้านของฝากและของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 4) แพคเกจที่พร้อมเสนอขาย (Available Packages) ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยว 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ได้แก่ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำระหว่างท่องเที่ยว 6) บริการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) ได้แก่ ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดดังกล่าวข้างต้นนี้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

แนวคิดการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว (กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, 2560) ระบุว่า การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอีกวิธีการหนึ่งในการนำเสนอข้อมูล ซึ่งสามารถออกแบบสำหรับผู้ที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่างกัน เช่น สำหรับผู้มีเวลาน้อย 1 ชั่วโมง 3 ชั่วโมง หรือทั้งวัน และสามารถกำหนดประเภทข้อมูลนำเสนอสำหรับเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละเส้นทางที่แตกต่างกันในส่วนรูปแบบการเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวจัดได้หลายรูปแบบ เช่น การเดิน การขี่จักรยาน การนั่งรถราง หรือขับรถส่วนตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของแหล่งท่องเที่ยวในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวไม่มีผู้นำเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ แต่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวด้วยตนเองนั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องเตรียมข้อมูลที่จำเป็นและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น แผนที่ ป้ายข้อมูล ป้ายบอกทางตามเส้นทาง เป็นต้น วิธีการนี้มีข้อดี คือ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางท่องเที่ยวที่ต้องการได้ตามระยะเวลาที่มีโดยแหล่งท่องเที่ยวสามารถกำหนดเส้นทาง จุดแวะชมให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ได้อย่างเป็นระบบ แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัด คือ อาจไม่เหมาะกับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม อาทิ ผู้สูงอายุ หรือผู้พิการ เป็นต้น ดังนั้น จำเป็นต้อง

กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนสำหรับเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละเส้นทาง (จันทซ์, 2552) ระบุว่า กรณีเป็นการจัดรายการนำเที่ยวประมาณ 2 - 4 วัน โดยใช้ระยะเวลาในการเดินทางน้อย เนื่องจากต้องการให้มีที่พักแห่งเดียวตลอดการเดินทางในแต่ละวันจะเดินทางออกจากโรงแรมในช่วงเช้า เพื่อท่องเที่ยวแล้วกลับมาพักที่โรงแรมเดิมในตอนเย็น การจัดการเดินทางในรูปแบบนี้ระยะทางจากโรงแรมไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่ควรเกิน 100 - 150 กิโลเมตร ดังนั้น การจัดรายการนำเที่ยวรูปแบบนี้จึงต้องจัดที่พักในบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยวล้อมรอบที่พัก มักเป็นลักษณะของการเที่ยวชมเมือง (City Tour) ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 การจัดรายการนำเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ดุสิต กรุงเทพมหานคร (จันทซ์, 2552)

ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดดังกล่าวข้างต้นนี้เพื่อการออกแบบฟังก์ชันการใช้งานเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานครที่เน้นให้นักท่องเที่ยวนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางท่องเที่ยวที่ต้องการได้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้และจำแนกเส้นทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับสภาพการณ์และบริบทเชิงพื้นที่ของพื้นที่วิจัย

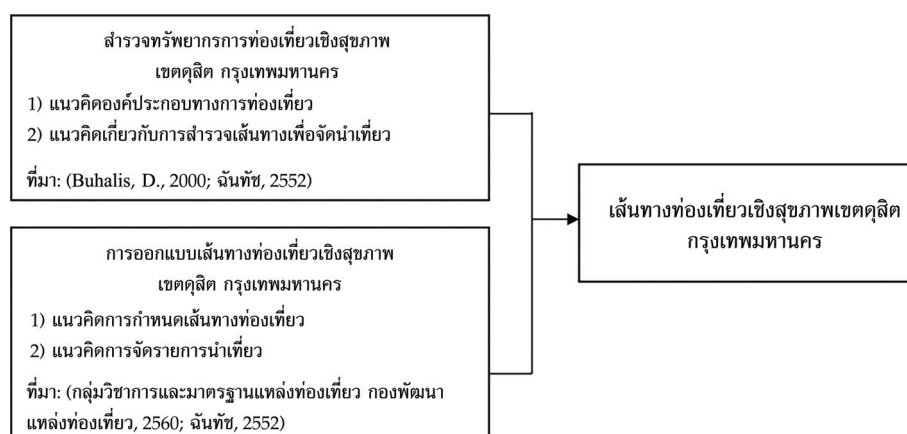
แนวคิดการจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยว (เฉลิมเกียรติ, 2563) ระบุว่า การตระหนักรู้ถึงความสำคัญและคุณค่าของประสบการณ์นักท่องเที่ยวก็เท่ากับตระหนักรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยต่อวิธีการจัดการและการส่งมอบการบริการการท่องเที่ยวแก่ผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) โดยเน้นการขายประสบการณ์ ซึ่งทำให้รูปแบบหรือโมเดลการบริการต้องมีความสอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจที่มุ่งเน้นตัวประสบการณ์ ซึ่งสามารถจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวได้จาก 5 แนวทาง คือ 1) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่เน้นการลงมือปฏิบัติ (Practice Experience Management) การปฏิบัติย่อมมีโอกาสสร้างความจดจำและความประทับใจและก่อให้เกิดการเรียนรู้ การใช้ระบบประสาทส่วนการสัมผัสมาเป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์ ผู้ประกอบการอาจเน้นระบบใดระบบหนึ่งหรือผสมผสานเพื่อใช้กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยว 2) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่เน้นเรื่องราว (Story-Based Experience Management) แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีอัตลักษณ์ผ่านเรื่องราวที่เล่าต่อกันมา ผู้ประกอบการอาจใช้เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดสร้างประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ การจัดประสบการณ์ประเภทนี้ผู้เล่าเน้นว่ามีบทบาทสำคัญ นั่นคือ มัคคุเทศก์ ซึ่งอาจใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีจิตวิญญาณวิถีถิ่นเล่าเรื่องแทนได้ 3) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่ใช้ความโดดเด่นของสถานที่ (Landmark-Based Experience Management) การเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้จุดเด่นทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งเป็นเรื่องไม่ยากเพียงอาศัยความโดดเด่นของสถานที่หรือสิ่งสำคัญในเขตแดนและพิกัดสถานที่ทางภูมิศาสตร์เป็นจุดดึงดูด ทว่าเพื่อให้เกิดความประทับใจและการจดจำ การจัดการประสบการณ์ลักษณะนี้ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญและเข้าใจแนวคิดของสัญวิทยา (Semiology) ที่ใช้สัญลักษณ์ (Sign) อันมีองค์ประกอบที่เรียกว่า สัญลักษณ์ (Symbol) ที่เกิดจากการถอดรหัสนั้นคือการตีความที่สร้างความหมายของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวว่าเป็นจุดเด่นของสถานที่ที่ได้นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ควรค่าอย่างยิ่งแก่การเดินทางไปเที่ยว เพราะการได้มีโอกาสเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นเท่ากับเป็นการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านสัญลักษณ์และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของวงการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้นำท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ต้องสามารถกล่าวถึงประวัติ ความเป็นมาของสถานที่ได้เป็นอย่างดี พร้อมทั้งรู้มุกพิสดของการเก็บภาพถ่าย เพราะจุดเด่นของสถานที่ส่วนมากมักถูกถ่ายทอดผ่านสื่อต่าง ๆ จนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

ที่มีเพียงไม่กี่ภาพ 4) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่ใช้เหตุการณ์งานประเพณี (Event-Based Experience Management) การท่องเที่ยวที่ใช้เทศกาลงานประเพณีเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมีให้เห็นในธุรกิจการท่องเที่ยวในหลายประเทศ การจัดประสบการณ์นักท่องเที่ยวผ่านเทศกาลงานประเพณี ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสแนวความคิดทางความเชื่อ วัฒนธรรมแต่ละถิ่นที่แฝงอยู่ตลอดจนอาจมีโอกาสดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นซึ่งสร้างความประทับใจให้แก่การท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เพราะเทศกาลงานประเพณีเหล่านี้มักมีจุดเด่นของงาน (Highlight) มีสีสันตระการตา มีกิจกรรมที่สนุกสนานหรือตื่นเต้น ได้มิติของความจริงแท้ (Dimension of Authenticity) งานเทศกาลประเพณีที่มีชื่อเสียงของไทยที่เป็นที่รู้จัก และ 5) การจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวเน้นทางอารมณ์ความรู้สึก (Affective and Emotional Experience Management) การจัดการประสบการณ์ลักษณะนี้มีประเด็นสำคัญที่การสร้างความรู้สึกจับปล้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวแล้วระบบรับรู้สภาพที่ตามมาตามวิถีประสาท (Neural Pathway) เกิดเป็นความรู้สึกที่จับปล้นโดยอารมณ์อาจออกมาได้หลายอย่าง เช่น ชอบอยากสุดซึ่ง หดหู่เศร้าใจ ประหลาดใจอย่างมาก กลัวจนขนหัวลุก เป็นต้น ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดดังรูปที่ 2 เพื่อนำเสนอคุณค่าที่ได้จากประสบการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทางบนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 2 กรอบแนวคิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัย โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจและการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายหลักในการวิจัย คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติไว้อย่างชัดเจน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจำนวน 2 คน นักเทศก์จำนวน 2 คน ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 2 คน นักวิชาการทางการท่องเที่ยวจำนวน 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 14 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง เพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร		
ผู้ให้ข้อมูลหลัก	หน่วยงาน	จำนวน
1. ผู้ประกอบการ คือ ตัวแทนของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ)	โรงแรมเดอะสยาม	1 คน
	Botanica Spa	1 คน
2. หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง คือ หน่วยงานที่มีส่วนในการส่งเสริมหรือสนับสนุนทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	1 คน
	มูลนิธิพิทักษ์ไทย	1 คน
3. มัคคุเทศก์อาชีพ คือ ผู้ให้ความช่วยเหลือและให้ข้อมูล ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเหตุการณ์ร่วมสมัยต่าง ๆ แก่บุคคลที่อยู่ในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	มัคคุเทศก์อิสระ	2 คน
4. ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการมีส่วนร่วมต่อการดูแลส่งเสริม อนุรักษ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในความรับผิดชอบของตนเอง	ชุมชนพระยาประสิทธิ์	1 คน
	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	1 คน
5. นักวิชาการทางการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวศึกษา (Tourism Studies) และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโททางการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	1 คน
	มหาวิทยาลัยนวมินทราชินี	1 คน
รวมทั้งสิ้น 10 คน		
ขั้นตอนที่ 3 การประเมินและรองรับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร		
1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวศึกษา (Tourism Studies) และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกทางการท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญด้านอายุรแพทยระบบต่อโรคไต มหาวิทยาลัยนวมินทราชินี	1 คน
	ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1 คน
	ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์	1 คน
	ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการท่องเที่ยวและการจัดการนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1 คน
รวมทั้งสิ้น 4 คน		

2. พื้นที่ในการวิจัย คือ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย แขวงดุสิต แขวงวชิรพยาบาล แขวงสวนจิตรลดา แขวงสี่แยกมหานาค และแขวงถนนนครไชยศรี โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่นำมาจัดเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยคำนึงถึงความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวตามบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้ภายในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for All) และผู้ประกอบการหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวยินยอมเข้าร่วมการวิจัยนี้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสังเกต (Observation Form) ประเภทแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านบริการเสริม ในแหล่งท่องเที่ยว

3.2 แบบประเมิน (Assessment Form) เพื่อประเมินและรองรับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

3.3 แบบบันทึกและเครื่องมือในการบันทึกข้อมูลการสังเกตการณ์ (Observation) ผู้วิจัยทำการสังเกตการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้เข้าใจลักษณะธรรมชาติและความเกี่ยวข้องกันระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์นั้น ๆ

3.3.1 การสังเกตการณ์ทางตรง (Direct Observation) เป็นการสังเกตการณ์ที่ผู้วิจัยสัมผัสกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยตรงด้วยตนเอง ใช้การบันทึกในระหว่างการสำรวจควบคู่กันไปด้วยกล้องวิดีโอ กล้องถ่ายรูป และการจดบันทึก เป็นต้น

3.3.2 การสังเกตการณ์ทางอ้อม (Indirect Observation) ผู้วิจัยศึกษาเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดูและศึกษาจากสิ่งที่ได้บันทึกมา เช่น เทปบันทึกภาพ ภาพถ่าย เป็นต้น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว นำไปสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความ งานวิจัย เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว นำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสังเกต (Observation Form) ประเภทแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิด (Buhalis, D., 2000)

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร มาพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อระดมสมองกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจำนวน 2 คน มัคคุเทศก์จำนวน 2 คน ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 2 คน นักวิชาการทางการท่องเที่ยวจำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 คน ตามแนวคิด (พิเชษฐ์, 2559) ระบุว่าผู้เข้าร่วมในการสนทนาในแต่ละกลุ่มประมาณ 6 - 10 คน ซึ่งเลือกมาจากประชากรเป้าหมายที่กำหนดเอาไว้

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินและรองรับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร มาตรวจสอบว่า มีความถูกต้อง เหมาะสมและสอดคล้องกับการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้หรือไม่ โดยใช้แบบประเมินเพื่อประเมินและรองรับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 4 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับปัญหาและความมุ่งหมายในการวิจัย (สิน, 2554) โดยระบุคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวศึกษา (Tourism Studies) และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกทางการท่องเที่ยว

5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) ด้วยการวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่ออธิบายผลที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์โดยจำแนกข้อมูลเป็นชนิด (Typologies) แบบใช้ทฤษฎี กล่าวคือ แยกแยะจัดข้อมูลเข้าหมวดหมู่ ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์และจุดเด่นหรือ

จุดที่สำคัญ ของข้อมูลโดยยึดแนวคิดทฤษฎีเป็นกรอบ ส่วนการสังเคราะห์โดยทำการรวบรวมข้อมูลจำนวน สองสิ่งขึ้นไปมาทำการตีความและแปลผล เพื่อให้ข้อมูลเกิดความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎี การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการตั้งกฎเกณฑ์สำหรับคัดเลือกเอกสาร และหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์ ตามบริบทและสภาพแวดล้อมประกอบของข้อมูลเอกสารที่นำมาวิเคราะห์และ ตีความเพื่อสรุปผล ทั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรง ตามเนื้อหาในการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรง ตามแนวคิด (Denzin, N., 1978) คือ ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อตรวจสอบคุณภาพ ด้านความเชื่อมั่นของข้อมูลและคำตอบที่จะได้ โดยใช้เทคนิคสามเส้าแบบวิธีการที่แตกต่างและการใช้เทคนิคสามเส้า ของผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การเปรียบเทียบ และตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบ เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจาก แหล่งต่าง ๆ นั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีตรวจสอบข้อมูลนั้นได้ใช้การจดบันทึก การบันทึกเสียง การถ่ายภาพ และ การถ่ายวิดีโอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและตรงกัน 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านเวลา (Time Triangulation) คือ การเปรียบเทียบการเก็บข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการยืนยันความเที่ยงตรง ของข้อมูลที่ได้ และ 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source Triangulation) โดยนำเอาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์พร้อมกับข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้สรุปผล การศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

ตอนที่ 1 การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัย ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (Buhalis, D., 2000) และแนวคิดเกี่ยวกับการสำรวจเส้นทาง เพื่อจัดนำเที่ยว (ฉันทข, 2552) มาเป็นแนวคิดหลักในการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้น รวมถึงกิจกรรมพิเศษ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1.1 พิพิธภัณฑ์เรือนมอพร แขวงสวนจิตรลดา มีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม แบบนีโอ - คลาสสิก ที่เป็นเรือนไม้ หลังคาทรงปั้นหยา และเป็นอนุสรณ์สถานที่ยังคงสมบูรณ์แบบที่เหลืออยู่ คู่วังนางเลิ้ง

1.1.2 ชุมชนพระยาประสิทธิ์ แขวงถนนนครไชยศรี ชุมชนที่มีความโดดเด่นด้านกิจกรรม ที่เน้นการใช้วัสดุ เหลือใช้กลับมาใช้ใหม่และการนำวัตถุดิบปลอดสารพิษจากธรรมชาติที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาดที่มีส่วนผสมเฉพาะเพื่อขจัดคราบสกปรก

1.1.3 วัดราชผาติการาม แขวงวรขัยยาบาล ศาสนสถานที่มีพระอุโบสถเป็นรูปทรงศิลปะ แบบจีนผสมญวน ไม่มีข้อฟ้าใบระกาประดับ พระประธานในพระอุโบสถเป็นพระพุทธรูปที่งดงามเป็นศิลปะ แบบเชียงแสนเวียงจันทร์ ประเทศลาว นับว่าเป็นปูชนียวัตถุที่มีความศักดิ์สิทธิ์ และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ด้านหลังของพระอุโบสถ เป็นที่ประดิษฐานพระบรมอัฐิในรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5

1.1.4 วัดคอนเซ็ปชัญแห่งพระแม่เจ้า แขวงวรขัยยาบาล ศาสนสถานที่เป็ศูนย์รวมทางจิตใจ ของชาวคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก และเป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชนโบราณริม แม่น้ำเจ้าพระยา

1.4.5 อุทยานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร แขวงสวนจิตรลดา สวนป่าธรรมชาติปอดแห่งใหม่ใจกลางกรุงเทพฯ และยังเป็นแหล่งเรียนรู้ตามแนวทางพระราชดำริเรื่องป่าและน้ำ และประดิษฐานพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 9 เป็นส่วนสาธารณะสำหรับประกอบกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ

1.4.6 ศาลเจ้าแม่ทับทิม สะพานซังฮี้ - จุ้ยโบเนี้ยว แขวงวชิรพยาบาล ศาสนสถานเพื่อการขอพรจากเจ้าแม่ทับทิมและไหว้เพื่อเสริมดวงชะตา นอกจากนั้นยังมีการแสดงจ๊ว คิลปะพื้นบ้านจีนในไทยตามกิจกรรมพิเศษตามในวันสำคัญต่าง ๆ

1.2 เส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือ ระบบการขนส่ง เส้นทาง สถานี และยานพาหนะไปสถานที่ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 การขนส่งทางบก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยรถสาธารณะ เช่น รถยนต์สาธารณะ รถจักรยานยนต์สาธารณะ รถเมล์ เป็นต้น นอกจากนั้นแล้วนักท่องเที่ยวยังสามารถเดินทางได้โดยรถส่วนบุคคล เช่น รถยนต์ส่วนบุคคล รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล และรถจักรยาน เป็นต้น

1.2.2 การขนส่งทางน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยเรือสาธารณะไปยังท่าเรือสะพานกรุงธน (ซังฮี้) แล้วเดินทางต่อโดยรถสาธารณะเพื่อข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาที่บริเวณถนนราชวิถี เชื่อมระหว่างแขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต มายังสถานที่ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยว

1.2.3 การขนส่งทางราง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยรถไฟฟ้ามหานคร (สายสีน้ำเงิน) ไปยังสถานีสิรินธร แล้วเดินทางต่อโดยรถสาธารณะเพื่อข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาที่บริเวณถนนราชวิถี เชื่อมระหว่างแขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต มายังสถานที่ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยว

1.2.4 การขนส่งทางอากาศ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยเครื่องบินไปยังท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองหรือท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ แล้วเดินทางต่อโดยรถสาธารณะหรือรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยาน (จากท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ) หรือรถไฟฟ้ามหานครสายสีแดง (จากท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง) มายังสถานที่ท่องเที่ยว บนเส้นทางท่องเที่ยว

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว คือ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ร้านของฝากและของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 โรงแรมเดอะสยาม โรงแรมที่โดดเด่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่หรูหราและเงียบสงบจากกรุงเทพฯ

1.3.2 ร้านครัวอัมพร ร้านอาหารรางวัล Michelin Guide

1.3.3 ร้านปรุงสารพัด ร้านอาหารและเครื่องดื่มและจำหน่ายผักสดปลอดสารพิษจากพระตำหนักสวนปทุม

1.3.4 ร้าน Golden Place ร้านของฝากและของที่ระลึกจากวัตถุดิบปลอดสารพิษ

1.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว คือ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำระหว่างท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.4.1 กิจกรรมเรียนมวยไทย ที่โรงแรมเดอะสยามและโรงเรียนสอนมวยไทยราชายิม

1.4.2 กิจกรรมโยคะ ที่โรงแรมเดอะสยาม

1.4.3 กิจกรรมว่ายน้ำชมแม่น้ำเจ้าพระยา ที่โรงแรมเดอะสยาม

1.4.4 กิจกรรมวิ่งและปั่นจักรยาน ที่อุทยานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร

1.4.5 กิจกรรมชมนิทรรศการการผลิตยาสมัยโบราณ ที่พิพิธภัณฑ์เรือนหมอพรา

1.4.6 กิจกรรมการเรียนรู้การสาธิตทำขนมไทยโบราณที่ Golden Place

1.4.7 กิจกรรมเรียนรู้การทำน้ายาล้างจานจากน้ำมันเฟืองและการทำปุยหมักจากเศษอาหารที่ชุมชนพระยาประสิทธิ์

1.4.8 กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวทางพระราชดำริ เรื่อง ป่าและน้ำที่อุทยานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร

1.4.9 กิจกรรมขอพรจากเจ้าแม่ทับทิมและไหว้เพื่อเสริมดวงชะตาที่ศาลเจ้าแม่ทับทิม สะพานซังฮี้ - จุ้ยโบเนี้ยว

1.4.10 กิจกรรมขอพรและประกอบพิธีทางศาสนาของชาวคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกที่วัดคอนเซ็ปชัน



รูปที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงชมธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชนในพื้นที่เขตคูศลิศผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสังเกต (Observation Form) ประเภทแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงชมธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชนในชั้นตอนนี้ จากนั้นจึงได้เก็บข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงชมธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชนในชั้นตอนนี้ จากนั้นจึงได้เก็บข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงชมธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชนในชั้นตอนนี้

การอภิปรายผล

1. การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยมีความโดดเด่นในด้านแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตแบบพหุวัฒนธรรม รวมถึงกิจกรรมพิเศษในวันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ (บุญเลิศ, 2548) ระบุว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resources) เป็นองค์ประกอบแรกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและถือเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวที่จะขายให้แก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางราง และทางอากาศ โดยระบบการขนส่งที่กล่าวมาข้างต้นมีความเชื่อมต่อกันและสามารถอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางหรือผู้โดยสารในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (ปรานอม, 2559) ระบุว่า เส้นทางเป็นทางที่ผู้สังเกตส่วนใหญ่ใช้เคลื่อนที่เดินทาง อาจเป็นถนน ทางเท้า เส้นทางขนส่งสาธารณะ คลอง หรือทางรถไฟ สำหรับคนเป็นจำนวนมาก องค์ประกอบด้านจินตภาพนั้นถือว่าสำคัญที่สุดเพราะใช้เคลื่อนที่เดินทางเพื่อสังเกตเมือง ในเมืองมักมีระบบเครือข่าย (Network) ของเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายของเส้นทางถนนหรือทางเท้า รวมทั้งทางจักรยานในเมืองที่เชื่อมโยงไปยังพื้นที่ส่วนอื่น ๆ ของเมือง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านของฝากและของที่ระลึก โดยสิ่งอำนวยความสะดวกที่กล่าวมาข้างต้นได้รับมาตรฐานและส่งเสริมสุขภาพของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี (กนกพร และจันทร์เพ็ญ, 2565) ระบุว่า ภาพลักษณ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ กิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาสมรรถภาพทางกายและพัฒนาอารมณ์สุขของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชุมชน กิจกรรมธรรมชาติบำบัด กิจกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมเรียนรู้เกี่ยวกับสุขภาพ กิจกรรมกีฬาเพื่อสุขภาพ และกิจกรรมการดูแลสุขภาพ (ชยพจน์, 2565) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมุ่งส่งเสริมดูแลและรักษาสุขภาพร่างกายและจิตใจให้มีความแข็งแรง มีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไปพร้อม ๆ กับการได้ออกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ตนให้ความสนใจ และด้านบริการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล โดยสามารถอำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ตลอดเส้นทางท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังเส้นทางท่องเที่ยว (มนไท, 2564) ระบุว่า หากผู้ประกอบการสามารถปรับพื้นที่โรงแรมเพื่อรองรับกิจกรรมเชิงสุขภาพหรือบริการจะสามารถดึงดูดความสนใจ ของกลุ่มเป้าหมายมาเข้าพักโรงแรมได้

2. การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ คือ ขั้นตอนการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ไม่เคยจัดเส้นทางหรือไม่เคยจัดนำเที่ยวในเส้นทางนี้มาก่อน เนื่องจากพื้นที่กรณีศึกษายังไม่เคยมีการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ฉันทข, 2552) ระบุว่า ในกรณีการสำรวจเส้นทางใหม่หรือการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่เคยจัดเส้นทางหรือไม่เคยจัดนำเที่ยวในเส้นทางนั้น หรืออาจเคยมีการเดินทางจัดนำเที่ยวมาบ้างแต่ก็เป็นเวลานานมาแล้ว การสำรวจเส้นทางใหม่นี้เป็นการสำรวจที่ค่อนข้างยุ่งยากเนื่องจากองค์ประกอบในการจัดนำเที่ยวมีให้เลือกน้อย อาจต้องบุกเบิกเส้นทาง หาร้านอาหาร ทาที่พัก ที่เที่ยวเอง การสำรวจในลักษณะนี้อาจจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่ตามมาในหลาย ๆ อย่าง ข้อดีของการได้สำรวจเส้นทางก่อนจัดนำเที่ยว คือ สามารถป้องกันและประหยัดค่าใช้จ่ายที่อาจเสียไปจากการไม่รู้ ไม่ชำนาญในพื้นที่ และได้ทราบระยะทางสถานที่ประกอบต่าง ๆ ที่ชัดเจน ได้ข้อมูลสภาพที่เป็นปัจจุบัน ขั้นตอนการจำแนกทรัพยากรการท่องเที่ยวตามรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ฉันทข, 2552) ระบุว่า การจัดนำเที่ยวโดยทั่วไปมักจะแบ่งการจัดตามความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่การจัดนำเที่ยวอีกลักษณะที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก ได้แก่ การจัดตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว

ซึ่งจะมีมากมายหลายลักษณะ ส่วนมากแล้วการจัดนำเที่ยวแต่ละครั้งมักจัดให้ครอบคลุมลักษณะต่าง ๆ คือ มีทั้งการชมเมือง ชมสถานที่สำคัญที่มนุษย์สร้างขึ้นไว้เป็นจุดเด่น ตลอดจนให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อของฝากของที่ระลึกจากท้องถิ่นนั้นด้วยเสมอ ขั้นตอนการวางแผนและการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ชลิต และนิสากร, 2566) ระบุว่า การออกแบบวิธีดำเนินงานและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวควรสอดคล้องกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนในพื้นที่เพื่อสร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเบื้องต้นที่เน้นการจัดการประสบการณ์การท่องเที่ยว ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (วัลลภ และศิริพร, 2558) ระบุว่า การจัดเก็บของข้อมูลในรูปของ Microsoft Word, Microsoft Excel เดิมที่ไม่มีการตรวจสอบก่อนการนำเข้าข้อมูลทำให้เกิดปัญหาข้อมูลซ้ำซ้อน ข้อความผิด ข้อมูลไม่ครบถ้วน ไม่สมบูรณ์ ขาดการตรวจสอบ ข้อมูลขาดคุณภาพ ย่อมมีผลต่อสถิติข้อมูล ที่ไม่ถูกต้องไม่สามารถนำไปวิเคราะห์แก้ไขปัญหาและไม่เกิดประโยชน์ ขั้นตอนการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างสำหรับนักท่องเที่ยว ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น (อนุศักดิ์, 2566) ระบุว่า โซเชียลมีเดียทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นในการมีอิทธิพลต่อการซื้อและการตัดสินใจของผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) เนื่องจากการเชื่อมโยงของคนรู้จักและเพื่อนทางออนไลน์ของผู้บริโภค สามารถช่วยผู้บริโภคในการค้นหา แปรนตีหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Event Tourism) ในพื้นที่เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของเขตพื้นที่คูสิต กรุงเทพมหานครในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) เพราะนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความมั่นคง ทางเศรษฐกิจให้กับประชาชนในพื้นที่ สืบเนื่องจากนโยบายของภาครัฐมุ่งเน้นการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนำไปสู่การเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขแก่ประชาชน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรจัดทำการศึกษาวิจัยในประเด็นด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตคูสิต กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัญหา ความต้องการ รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น นำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในมิติทางการตลาด ของเขตพื้นที่คูสิต กรุงเทพมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

References

- กองพัฒนาบริการท่องเที่ยว. (2565). แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566 - 2570. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กลุ่มวิชาการและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2560). เทคนิคการสื่อสารความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ คลังวิชา จำกัด
- กานดา อีรานนท์. (2561). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขัน ในภูมิภาคอาเซียน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. ปีที่ 12 ฉบับ Supplement หน้า 22-34
- กนกพร กิ่งเกตุ และจันทร์เพ็ญ วรรณารักษ์. (2565). ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19. วารสารมหาวิทยาลัยพะเยา. ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 หน้า 260-273
- เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว. (2563). ประสบการณ์นักท่องเที่ยว: แนวคิดและเครื่องมือสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว. ใน รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 8 ประจำปี 2563. วันศุกร์ที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2563. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, หน้า 187-193
- ฉันทิช วรรณณอม. (2552). การวางแผนและการจัดนำเที่ยว. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา

- ชยพจน์ ลือนันต์. (2565). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 หน้า 147-155
- ชลิต เฉียบพินาย และนิสากร นครเก่า. (2566). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 หน้า 91-107
- บรรจง พลไชย. (2557). การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในชุมชน. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ. ปีที่ 24 ฉบับที่ 2 หน้า 21-38
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ซีฟู้ดสแตนดาร์ด
- ปรานอม ต้นสุขานันท์. (2559). การอนุรักษ์ชุมชนเมือง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประภัสสร โคทส์, นันทิพย์ วิภาวิน, สุนันทา ชูตินันท์ และโกวิท ทรัพย์ศาล. (2562). การพัฒนารูปแบบการบริการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวประเทศไทย. วารสารท่องเที่ยว. ปีที่ 63 ฉบับที่ 1 หน้า 109-132
- เพชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ, พรพรรณรัตน์ อาภรณ์พิศาล และกิตติยา ชัชวาลชาญชนกิจ. (2564). อิทธิพลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 หน้า 1-8
- พิเชษฐ์ วงศ์เกียรติขจร. (2559). การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: บริษัท ส.เอเซียเพรส (1989) จำกัด
- มนไท เจริญญะ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชาวไทยผู้ที่สนใจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. สารศาสตร์. ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 หน้า 664-677
- วัลลภ สุวรรณศิริ และศิริพร อ่องรุ่งเรือง. (2558). การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในระบบสารสนเทศด้านการส่งกำลังบำรุงกองทัพอากาศด้วยฐานข้อมูลเสมือน. วารสารวิทยาศาสตร์ประยุกต์. ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 หน้า 72-84
- วรรณวิไล จันทราภา. (2544). เอกสารการสอนชุดวิชาการสาธารณสุข 1 หน่วยที่ 1 - 7. (พิมพ์ครั้งที่ 20). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ศุภกิจ ยิ้มสรวล. (2561). แนวทางการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและภูมิสถาปัตยกรรมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติประเภทน้ำพุร้อน. วารสารวิชาการ การออกแบบสภาพแวดล้อม. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 หน้า 101-129
- สมุทรา สารสวัสดิ์ และอุษา ศิลป์เรืองวิไล. (2565). แบบแผนการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยุคใหม่. วารสารการบริหารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการท่องเที่ยว. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 หน้า 371-382
- สิน พันธุ์พินิจ. (2554). เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท จูน พับลิชชิ่ง จำกัด
- อนุศักดิ์ ฉันทไพศาล. (2566). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*. Vol. 21 Issue 1 pp. 97-116. DOI:10.1016/S0261-5177(99)00095-3
- Denzin, N. (1978). *Sociological Methods: A Sourcebook*. NY: McGraw Hill

ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Corporate Governance Factors Influencing Firm Performance of Listed Company on the Stock Exchange of Thailand

ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว และพิธาน แสนภักดี*

Pathompong Kookkaew and Pitan Sanpakdee*

Received: July 19, 2024; Revised: September 11, 2024; Accepted: September 12, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ด้านอัตรากำไรสุทธิ และด้านมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และระบบสารสนเทศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีขอบเขตการศึกษาจำกัดเฉพาะช่วงปี พ.ศ. 2562 - 2565 จำนวน 493 บริษัท สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการด้านขนาดของคณะกรรมการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ด้านสัดส่วนการถือครองหุ้นของกรรมการบริษัทมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และด้านสัดส่วนของกรรมการอิสระมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตรากำไรสุทธิ ส่วนปัจจัยการกำกับดูแลกิจการไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำสำคัญ : การกำกับดูแลกิจการ; ผลการดำเนินงาน; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

* Corresponding Author, Tel. 09 7021 2754, E - mail: pitan.s@rmutsb.ac.th

Abstract

This article aims to investigate corporate governance factors that influence the performance in terms of return on equity ratio, return on total assets ratio, net profit margin ratio, and firm value of firms listed on the Stock Exchange of Thailand (SET 100). We conducted a quantitative study, collecting data from the annual registration statement (Form 56-1) and the Securities and Exchange Commission of Thailand's information system, focusing on 493 companies from 2019 to 2022. Statistics used for data analysis include maximum, minimum, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The research findings revealed that the size of the board of directors influences firm performance in terms of the return on equity ratio, the proportion of shareholding by the board of directors influences firm performance in terms of the return on total assets ratio, and the proportion of independent directors influences firm performance in terms of the net profit margin ratio. However, corporate governance factors have no effect on the firm's performance in terms of firm values listed on the Stock Exchange of Thailand.

Keywords: Corporate Governance; Performance; The Stock Exchange of Thailand

บทนำ

ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่ได้มีหน้าที่เฉพาะเป็นแหล่งระดมทุนให้แก่ภาครัฐและภาคเอกชนเท่านั้น แต่เป็นองค์กรที่ส่งเสริมให้ระบบเศรษฐกิจและการเงินของประเทศเกิดความสมดุล บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีลักษณะจัดหาเงินทุนโดยการระดมเงินทุนจากประชาชนทำให้มีผู้ถือหุ้นเกิดขึ้นแต่ไม่สามารถบริหารกิจการเองได้ โดยจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการเป็นผู้แทนในการบริหาร ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ดังนั้นเพื่อให้การบริหารงานมีความน่าเชื่อถือ และมีการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย เช่น คณะผู้บริหาร คณะกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้น ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (วิภา, 2564)

การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance: CG) เป็นระบบการดำเนินงานและการควบคุมภายในของบริษัท โดยกำหนดแนวทางเกี่ยวกับสิทธิ บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สามารถทำให้การบริหารจัดการองค์กรมีความโปร่งใส และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะส่งผลให้บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดี และทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจ (นันทพร, 2564) รวมทั้งการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะต้องอาศัยการกำกับดูแลกิจการที่ดี เนื่องจากบริษัทจำเป็นต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ถือหุ้น เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากการดำเนินงาน รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้น เป็นต้น (ประเสริฐ และคณะ, 2562) ดังนั้นการกำกับดูแลกิจการที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการองค์กรเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง (มนทกาส และคณะ, 2562)

จากความสำคัญดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยงานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวัดตัวแปรที่เฉพาะเจาะจง และมุ่งเน้นบริบทของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในภาพรวมของทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ทำให้ได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมและเป็นประโยชน์มากขึ้น เพื่อเสนอแนวทางใหม่ในการวัดผลการกำกับดูแลกิจการสำหรับการประกอบการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างถูกต้อง

และมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำรายงานผลกระทบการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ด้านอัตรากำไรสุทธิ และด้านมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

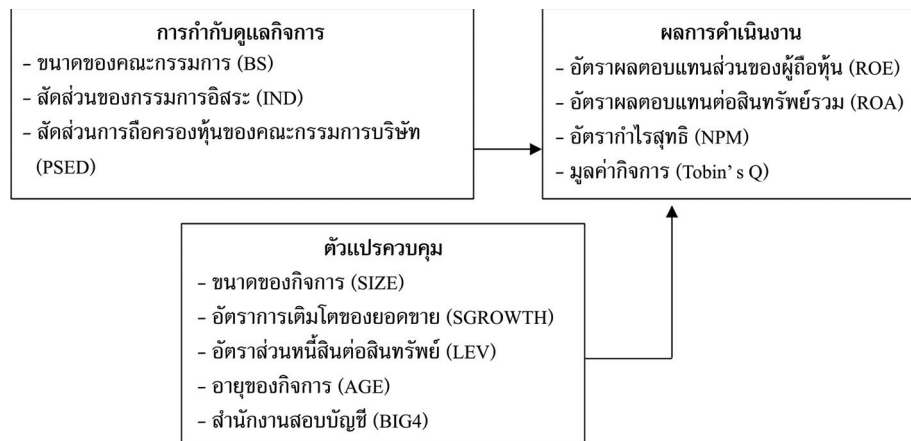
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ซึ่งถูกพัฒนาโดย Jensen, M. C. and Meckling, W. H. (Jensen, M. C. and Meckling, W. H., 1976) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวการ (Principal) หรือผู้มีส่วนได้เสียในการแสวงหาผลประโยชน์จากการลงทุนกับตัวแทน (Agency) หรือผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท ซึ่งได้รับการว่าจ้างมาทำหน้าที่ในการดำเนินการบริหารจัดการแทนตัวการ เพื่อให้ตัวการได้รับผลตอบแทนมากที่สุด ซึ่งแนวความคิดในการกำกับดูแลกิจการได้ใช้ทฤษฎีตัวแทนอธิบายถึงมูลเหตุจูงใจของผู้บริหารในการประพฤติดีมิชอบ โดยมองว่าตัวการคือเจ้าของบริษัท และผู้บริหารเป็นตัวแทน (อรุณี, 2564) การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะมุ่งเน้นการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถือหุ้นและฝ่ายบริหารของบริษัทที่ได้รับ ความไว้วางใจให้บริหารจัดการองค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และสร้างผลตอบแทนที่ดีและมูลค่าเพิ่มสูงสุดให้บริษัท จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่วนใหญ่จะประกอบด้วย ขนาดคณะกรรมการ สัดส่วนกรรมการอิสระ และสัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัท (นันทพร, 2564; ญัฐธัญญา และพรทิศา, 2566; ศิริริภา และคณะ, 2566) โดยขนาดของคณะกรรมการบริษัท (BS) จะเป็นจำนวนกลุ่มบุคคลที่ผู้ถือหุ้นแต่งตั้งเพื่อกำหนดนโยบาย ทิศทางการดำเนินงานและควบคุมการบริหาร เพื่อเพิ่มผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น (กันต์ฤทัย, 2561) ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคณะกรรมการกับผลดำเนินงานช่วยลดความกังวลของนักลงทุน และสร้างความเชื่อมั่นว่าผู้บริหารคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น (อาจารย์ และคณะ, 2561) สัดส่วนของกรรมการอิสระ (IND) เป็นจำนวนกรรมการที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานประจำของบริษัทและไม่มีความสัมพันธ์กับผู้บริหาร (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560) บริษัทที่มีกรรมการอิสระมากจะสร้างความมั่นใจให้นักลงทุนและส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานและมูลค่ากิจการ (อวยชัย และกุลสุมา, 2565; กุลวดี และทิพย์ธัญญา, 2560) สัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัท (PSED) เป็นจำนวนหุ้นสามัญที่คณะกรรมการบริหารถือครอง ซึ่งมีผลต่อการควบคุมการบริหารงานและการกำหนดนโยบายทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ หากมีสัดส่วนมากจะช่วยเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ภัทรา และคณะ, 2561; จารุวรรณ และพิเชษฐ์, 2563) ซึ่งผลการดำเนินงานของธุรกิจจะมีการกำหนดตัวชี้วัดชัดเจน เพื่อการติดตามและประเมินผล ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเหตุการณ์ หรือใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต (สุภัทสร, 2562) งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าผลการดำเนินงานทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตรากำไรสุทธิ (ธีระ และคณะ, 2562; นันทพร และพรทิศา, 2564; ฐิตาภรณ์, 2566) และวัดผลการดำเนินงานทางการตลาดด้วยมูลค่ากิจการ (Tobin'Q) (ญัฐธัญญา และพรทิศา, 2566; พิชชาภา และคณะ, 2566) นอกจากนี้มีตัวแปรควบคุมซึ่งเป็นตัวแปรอิสระที่ผู้วิจัยไม่ได้มุ่งศึกษาแต่อาจมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยงานวิจัยครั้งนี้กำหนดตัวแปรควบคุมได้แก่ ขนาดของกิจการ อัตราการเติบโตของยอดขาย อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ อายุของกิจการ และสำนักงานสอบบัญชี (เบญจวรรณ, 2561; อาทิตยา และคณะ, 2565; วิยะดา และจิรพงษ์, 2565; พิชชาภา และคณะ, 2566)

สรุปได้ว่าคณะกรรมการบริษัทมีบทบาทในการเพิ่มมูลค่าและประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น โดยมีกรรมการอิสระช่วยตรวจสอบและให้ความเห็นที่เป็นกลางเพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย การถือครองหุ้น

ของคณะกรรมการช่วยควบคุมการบริหารและกำหนดนโยบายที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน โดยลักษณะคณะกรรมการทั้ง 3 มุมมองนี้จะช่วยสะท้อนถึงความสำเร็จในการกำกับดูแล และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สามารถวัดผลการดำเนินงานได้จากอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตรากำไรสุทธิ และมูลค่ากิจการ ซึ่งเป็นการวัดผลการดำเนินงานในมิติที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งด้านการใช้สินทรัพย์ การสร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น การควบคุมต้นทุน และการเติบโตของมูลค่าตลาด ทำให้เข้าใจถึงภาพรวมของความสำเร็จและประสิทธิภาพของบริษัท นอกจากนี้ตัวแปรควบคุมอาจมีอิทธิพลสำคัญต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยขนาดของกิจการและอัตราการเติบโตของยอดขายอาจมีผลต่อการดำเนินงาน ส่วนอัตราส่วนหนี้สินอาจเพิ่มการควบคุมความเสี่ยงด้านการเงินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้สำนักงานสอบบัญชี (Big4) จะมีผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท เพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการดำเนินงาน และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงเงินทุนของธุรกิจ ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย ดังรูปที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดำเนินงานอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2562 - 2565 จำนวน 594 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีคุณสมบัติผ่านเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 493 บริษัท โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทที่มีผลประกอบการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - 2565 และมีข้อมูลที่ใช้สำหรับการวิจัยอย่างครบถ้วน ทั้งนี้ไม่รวมกลุ่ม

ธุรกิจการเงิน เนื่องจากมีลักษณะธุรกิจและโครงสร้างงบการเงินที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น รายได้จากดอกเบี้ย มีกฎระเบียบเฉพาะ ความเสี่ยงเฉพาะเจาะจง เช่น ด้านเครดิตและสภาพคล่อง และมีโครงสร้างทุนที่มีสัดส่วนหนี้สินสูงเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัท ระหว่างปี พ.ศ. 2562 - 2565 โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากระบบสารสนเทศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (www.set.or.th และ www.setsmart.com)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่ทำการศึกษา และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งเป็นสถิติที่ศึกษาจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแล้วนำผลการทดสอบอ้างอิงไปยังกลุ่มประชากรหรือค่าพารามิเตอร์ ซึ่งเป็นการทดสอบว่าข้อมูลที่รวบรวมสอดคล้องหรือขัดแย้งกับสมมติฐานทางสถิติที่กำหนดหรือไม่ โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติอนุมาน 2 ประเภท ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสหสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัยสาเหตุ (Multicollinearity) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สมการถดถอย Regression แบบปัจจัยหลายตัว Multivariate Regression ซึ่งสามารถแสดงแบบจำลองสมการถดถอยเชิงพหุตามสมมติฐานได้ ดังนี้

แบบจำลองที่ 1 ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทน ส่วนของผู้ถือหุ้น

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 BS_{it} + \beta_2 IND_{it} + \beta_3 PSED_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 SGROWTH_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 AGE_{it} + \beta_8 BIG4_{it} + \varepsilon_{it}$$

แบบจำลองที่ 2 ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทน ต่อสินทรัพย์รวม

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 BS_{it} + \beta_2 IND_{it} + \beta_3 PSED_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 SGROWTH_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 AGE_{it} + \beta_8 BIG4_{it} + \varepsilon_{it}$$

แบบจำลองที่ 3 ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตรากำไรสุทธิ

$$NPM_{it} = \beta_0 + \beta_1 BS_{it} + \beta_2 IND_{it} + \beta_3 PSED_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 SGROWTH_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 AGE_{it} + \beta_8 BIG4_{it} + \varepsilon_{it}$$

แบบจำลองที่ 4 ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่ากิจการ

$$TOBIN_{it} = \beta_0 + \beta_1 BS_{it} + \beta_2 IND_{it} + \beta_3 PSED_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 SGROWTH_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 AGE_{it} + \beta_8 BIG4_{it} + \varepsilon_{it}$$

โดยที่

BS_{it}	แทน	ขนาดของคณะกรรมการของบริษัท i ในปี t
IND_{it}	แทน	สัดส่วนของกรรมการอิสระของบริษัท i ในปี t
$PSED_{it}$	แทน	สัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัทของบริษัท i ในปี t
$SIZE_{it}$	แทน	ขนาดของกิจการของบริษัท i ในปี t
$SGROWTH_{it}$	แทน	อัตราการเติบโตของยอดขายของบริษัท i ในปี t
LEV_{it}	แทน	อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของบริษัท i ในปี t
AGE_{it}	แทน	อายุของกิจการของบริษัท i ในปี t
$BIG4_{it}$	แทน	สำนักงานสอบบัญชีของบริษัท i ในปี t
ROE_{it}	แทน	อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ในปี t

ROA_{it}	แทน	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท i ในปี t
NPM_{it}	แทน	อัตรากำไรสุทธิของบริษัท i ในปี t
TOBIN	แทน	มูลค่ากิจการของบริษัท i ในปี t
β_0	แทน	ค่าคงที่
β_{1-8}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรที่ 1 - 8
ε_{it}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวัดค่าตัวแปรปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ประเภทตัวแปร	ตัวแปร	วิธีการวัดค่าตัวแปร
การกำกับดูแลกิจการ	- ขนาดของคณะกรรมการ	- จำนวนสมาชิกของคณะกรรมการบริษัท
	- สัดส่วนของกรรมการอิสระ	- จำนวนกรรมการอิสระ/จำนวนกรรมการทั้งหมด
	- สัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัท	- จำนวนหุ้นที่ถือโดยกรรมการ / จำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัท
ผลการดำเนินงาน	- อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น	- กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น
	- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม	- กำไรสุทธิ / สินทรัพย์รวม
	- อัตรากำไรสุทธิ	- กำไรสุทธิ / รายได้รวม
	- มูลค่ากิจการ (Tobin's Q)	- (มูลค่าตลาดของบริษัท + หนี้สิน) / มูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ทำการศึกษา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของข้อมูล

ตัวแปร	จำนวนข้อมูล	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
BS	493	5.00	16.00	9.88	2.33
IND	493	1.00	9.00	4.02	1.14
PSED	493	0.00	1.50	0.63	0.23
ROE	493	-14.28	39.01	7.15	7.67
ROA	493	-30.91	70.91	5.39	7.59
NPM	493	-19.52	1,731.20	12.36	73.19
TOBIN	493	0.00	238.14	2.74	11.83
SIZE	493	7.39	21.95	15.80	1.61
LEV	493	0.00	5.26	0.44	0.26
SGROWTH	493	-153.38	99.90	1.14	28.98
AGE	493	1.00	146.00	33.97	18.50
BIG4	493	0.00	1.00	0.59	0.49

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามลักษณะของตัวแปรพบว่า

1. ขนาดของคณะกรรมการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.88 คน มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.33 คน โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 5 คน และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 16 คน
2. สัดส่วนของกรรมการอิสระมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.02 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 1.14 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ 1.00 และมีค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 9.00
3. สัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 0.63 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 0.23 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ 0.00 และมีค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 1.50
4. อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.15 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 7.67 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -14.28 และมีค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 39.01
5. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 5.39 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 7.59 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -30.91 และมีค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 70.91
6. อัตรากำไรสุทธิมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 12.36 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 73.19 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -19.52 และมีค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 1,371.20
7. มูลค่ากิจการ (TOBIN) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 2.74 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 11.83 โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ 0.00 และมีค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 238.14
8. ขนาดของกิจการ (SIZE) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.80 เท่า มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.61 เท่า โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 7.39 เท่า และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 21.95 เท่า
9. อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (LEV) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44 เท่า มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.26 เท่า โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 เท่า และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 5.26 เท่า
10. อัตราการเติบโตของยอดขาย (SGROWTH) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.14 เท่า มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 28.98 เท่า โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ -153.38 เท่า และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 99.90 เท่า
11. อายุของกิจการของบริษัท (AGE) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 33.97 ปี มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 18.50 ปี โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 1.00 ปี และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 146 ปี
12. สำนักงานสอบบัญชีของบริษัท (BIG4) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 เท่า โดยมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 เท่า และมีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.00 เท่า

จากนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่วิเคราะห์ตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอย เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือ โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง -0.065 - .073 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.80 และวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.003 - 1.012 ซึ่งน้อยกว่า 10 และทดสอบค่า Tolerance พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.988 - 0.997 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0 - 1 หมายความว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) (กัลยา, 2553) ตัวแปรจึงมีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

ตัวแปร	ROE		ROA		NPM		TOBIN	
	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.
(Constant)		0.000		0.503		0.001		0.520
BS	-0.045	0.000***	0.002	0.918	0.000	0.045	0.010	0.660
IND	-0.014	0.245	0.010	0.656	0.245	0.036**	0.000	0.985

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (ต่อ)

ตัวแปร	ROE		ROA		NPM		TOBIN	
	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.
PSED	0.003	0.798	0.045	0.041**	0.798	0.345	0.002	0.923
SIZE	0.014	0.247	0.003	0.907	0.247	0.685	0.030	0.192
SGROWTH	-0.022	0.070	0.006	0.783	0.070	0.748	0.026	0.243
LEV	-0.836	0.000***	0.210	0.000***	0.000	0.000***	0.009	0.700
AGE	-0.005	0.672	-0.017	0.447	0.672	0.602	0.013	0.572
BIG4	-0.011	0.385	0.012	0.598	0.385	0.304	0.029	0.198
** = $p < 0.05$, *** = $p < 0.01$								

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานพบว่า

1. การกำกับดูแลกิจการด้านขนาดของคณะกรรมการ มีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากค่า $p\text{-value} < 0.05$ (Sig. = 0.000, $\beta = -0.045$) จึงยอมรับสมมติฐาน
 2. การกำกับดูแลกิจการด้านสัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัท มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากค่า $p\text{-value} < 0.05$ (Sig. = 0.041, $\beta = 0.045$) จึงยอมรับสมมติฐาน
 3. กำกับดูแลกิจการด้านสัดส่วนของกรรมการอิสระ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านอัตรากำไรสุทธิอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากค่า $p\text{-value} < 0.05$ (Sig. = 0.036, $\beta = 0.245$) จึงยอมรับสมมติฐาน
 4. การกำกับดูแลกิจการไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่ากิจการ (TOBIN) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากค่า $p\text{-value} > 0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐาน
- นอกจากนี้ตัวแปรควบคุมด้านอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (LEV) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และด้านอัตรากำไรสุทธิ (NPM) ซึ่งสามารถเปรียบเทียบ Expected Sign ระหว่างสมมติฐานการวิจัยและผลจากการศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Study) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบระหว่าง Expected Sign ของสมมติฐานการวิจัย และผลจากการศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Study)

สมมติฐาน	Expected Sign	Empirical Study	ผลลัพธ์	เหตุผลที่ไม่สอดคล้อง
1. ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	อิทธิพลเชิงบวก	อิทธิพลเชิงลบ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	ขนาดคณะกรรมการที่ใหญ่เกินไปอาจลดประสิทธิภาพการตัดสินใจและเพิ่มค่าใช้จ่ายจึงทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นลดลง

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบระหว่าง Expected Sign ของสมมติฐานการวิจัย และผลจากการศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Study) (ต่อ)

สมมติฐาน	Expected Sign	Empirical Study	ผลลัพธ์	เหตุผลที่ไม่สอดคล้อง
2. ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	อิทธิพลเชิงบวก	อิทธิพลเชิงบวก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	-
3. ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	อิทธิพลเชิงบวก	อิทธิพลเชิงบวก	สอดคล้องกับสมมติฐาน	-
4. ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	อิทธิพลเชิงบวก	ไม่มีอิทธิพล	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	มูลค่ากิจการอาจถูกกำหนดโดยปัจจัยสำคัญอื่น ๆ เช่น สภาพเศรษฐกิจ ตลาดโลก และปัจจัยภายนอกที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้โดยตรง

การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ด้านอัตรากำไรสุทธิ และด้านมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการด้านขนาดของคณะกรรมการ มีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแต่ละบริษัทมีความแตกต่างในเรื่องขนาดของคณะกรรมการที่เหมาะสม หากคณะกรรมการมีขนาดใหญ่เกินไป อาจมีความคิดเห็นขัดแย้งและทำให้การตัดสินใจล่าช้า แต่หากมีขนาดเล็กเกินไป อาจขาดความหลากหลายของความคิดและประสบการณ์ ทำให้การตัดสินใจไม่รอบคอบและขาดประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานและผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นลดลง ดังนั้น การกำหนดขนาดคณะกรรมการที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการและเพื่อให้บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดี (ดารณี และจุฑพร, 2565) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรและการประเมินมูลค่าหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100 พบว่าขนาดของคณะกรรมการบริษัท ส่งผลกระทบบางอย่างต่อความสามารถในการทำกำไรที่วัดด้วยอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (สุกร และเบญจพร, 2565) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารสภาพคล่องกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า ขนาดของคณะกรรมการบริษัทความสัมพันธ์เชิงลบกับความสามารถในการทำกำไรที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

2. การกำกับดูแลกิจการด้านสัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัทมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัทในสัดส่วนมากทำให้มีสิทธิในการควบคุมการบริหารงานและการกำหนดนโยบาย ผู้ถือหุ้นที่เป็นกรรมการบริหาร

จะมองเห็นผลประโยชน์และผลกำไรที่ชัดเจนขึ้น ทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อกรรมการมีสัดส่วนการถือหุ้นสูง จะรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของบริษัทมากขึ้น ซึ่งกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการบริหารงานเพื่อให้บริษัทมีผลประกอบการที่ดีขึ้น ทั้งนี้การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพจะสะท้อนการใช้สินทรัพย์ของบริษัทในการสร้างผลตอบแทนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ณัฐวุฒิ และคณะ, 2563) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยใน SET100 พบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ กล่าวคือ การที่สัดส่วนการถือหุ้นของกรรมการบริษัทสูงจะส่งผลต่อมูลค่ากิจการสูงตามไปด้วย (มยุรา และกนกศักดิ์, 2565) ได้ทำการศึกษาผลกระทบระหว่างการกำกับดูแลกิจการ กระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET100 พบว่า สัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัทมีผลกระทบเชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

3. การกำกับดูแลกิจการด้านสัดส่วนของกรรมการอิสระ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านอัตรากำไรสุทธิ (NPM) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคณะกรรมการอิสระช่วยถ่วงดุลอำนาจการบริหารงาน และลดความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้น ส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อความขัดแย้งลดลง การตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารงานและการดำเนินธุรกิจจะเป็นไปอย่างราบรื่นและโปร่งใส ทำให้ต้นทุนลดลง และการใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิของบริษัทเพิ่มขึ้น เนื่องจากการจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายมีประสิทธิภาพ (วรปรียา, 2565) ได้ทำการศึกษาโครงสร้างผู้ถือหุ้นและการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจทรัพยากรและเทคโนโลยีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า ผลการทดสอบการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านสัดส่วนจำนวนของคณะกรรมการอิสระส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่วัดด้วยอัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ (มยุรา และกนกศักดิ์, 2565) ได้ทำการศึกษาผลกระทบระหว่างการกำกับดูแลกิจการ กระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET100 พบว่า สัดส่วนของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารหรือกรรมการอิสระมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ (NPM)

4. การกำกับดูแลกิจการด้านขนาดของคณะกรรมการ ด้านสัดส่วนของกรรมการอิสระ และด้านสัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัท ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่ากิจการ (TOBIN) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคณะกรรมการจะมีขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ จะไม่สามารถรับประกันประสิทธิภาพในการบริหารงาน ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่และการตัดสินใจที่มุ่งเน้นผลสำเร็จของบริษัทร่วมกัน เช่นเดียวกันกับสัดส่วนของกรรมการอิสระที่มีบทบาทในการให้คำปรึกษาแต่ไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินงาน หรือแต่งตั้งเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์เท่านั้น รวมทั้งสัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัท โดยผู้ถือหุ้นจำนวนมากอาจมีความสามารถในการบริหารหรือกำกับดูแลบริษัทน้อยกว่าผู้ถือหุ้นที่มีจำนวนน้อยกว่า ซึ่งจะทำให้เกิดความขัดแย้งในการยอมรับความคิดเห็นและนำไปสู่ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้ (ณัฐวุฒิ และคณะ, 2563) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยใน SET100 พบว่า สัดส่วนของกรรมการอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าของกิจการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทจดทะเบียนแต่งตั้งกรรมการอิสระเพียงเพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการเท่านั้น และผลการศึกษาด้านสัดส่วนการถือครองหุ้นของคณะกรรมการบริษัทได้อธิบายว่า หากมีสัดส่วนการครองหุ้นของคณะกรรมการสูงจะนำไปสู่การตัดสินใจที่มีผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าการมุ่งเน้นผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นทั้งหมด ทำให้การตัดสินใจทางธุรกิจอาจไม่เพิ่มมูลค่าแก่กิจการในระยะยาว (ณัฐฐินา และพรทิวา, 2566) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการและการบริหารสภาพคล่องกับผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า ขนาดของคณะกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานที่วัดค่าจากอัตราส่วน Tobin's Q

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้บริหารบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรมีการวางแผนและพิจารณา กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการให้มีความเหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้บริษัทมีผล การดำเนินงานที่ดี สามารถสร้างผลตอบแทนแก่นักลงทุนหรือผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ เกิดความพึงพอใจสูงสุด
2. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักการ กำกับดูแลกิจการให้เกิดขึ้นจริงภายในองค์กร สร้างบรรทัดฐานการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติ ที่ถูกต้อง ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งกับบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน
3. องค์กรที่มีหน้าที่ควบคุม หรือกำกับเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการควรมีการจัดกิจกรรมอบรม สัมมนา ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีแก่ผู้บริหารของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้สามารถ ทราบข้อดี ข้อเสีย และตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในอนาคต อาจกำหนดปัจจัยหรือมิติใหม่ ๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการ และผลการดำเนินงาน เช่น การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการช่วยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยที่มีความทันสมัย สามารถตอบสนอง ต่อสภาพแวดล้อมและการดำเนินงานของธุรกิจที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง
2. การศึกษาในอนาคตผู้สนใจสามารถนำข้อมูลตัวแปรไปใช้เป็นแนวทางการศึกษา หรือพัฒนางานวิจัย แบบเจาะจงกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดมุมมองด้านการบริหารและการตัดสินใจลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรม ได้อย่างถูกต้อง

References

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 16) กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กันต์ฤทัย ไชโย. (2561). องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท ความเป็นเจ้าของของเจ้าหน้าที่บริหาร กับผลการดำเนินงานของบริษัท. งานนิพนธ์หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
- กุลวดี ลิ้มอุสันโน และทิพย์ธัญญา ตรีณานนท์. (2560). อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อการจัดการกำไร และมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- จารุวรรณ เอกสะพัง และพิเชษฐ์ โสภางษ์. (2563). การวิเคราะห์อิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่มีต่อมูลค่า ข้อมูลทางบัญชีของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์และ มานุษยวิทยาเชิงพุทธ. ปีที่ 5 ฉบับที่ 6 หน้า 357-373
- จิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารศิลปการจัดการ. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 หน้า 294-309
- ณัฐธินิชา เพ็ชรพังงา และพรทิวา แสงเขียว. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการและการบริหาร สภาพคล่องกับผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 หน้า 125-142

- ณัฐวุฒิ ทรัพย์สมบัติ, ก้องภพ แสงทอง, ณัฐนรี ยาสะบู่, ณัฐพล ลัดดี, นิคานนท์ ชูแก้ว และศิวักร พงษ์ศรี. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยใน SET100. *WMS Journal of Management Walailak University*. ปีที่ 9 ฉบับที่ 4 หน้า 1-14
- คารณิ เอื้อชนะจิต และจตุพร เมืองสุวรรณ. (2565). ผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรและการประเมินมูลค่าหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 หน้า 221-230
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). *บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์*. เข้าถึงเมื่อ (15 สิงหาคม 2566). เข้าถึงได้จาก (<https://www.set.or.th/th/market/information/securities-list/main>)
- ธีระ เท็ดพุทธิธรรม, สุรีย์ กาญจนวงศ์ และไพศาล จันทรังษี. (2562). ตัวกำหนดการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีต่อผลการดำเนินงานการบริหารด้านการเงินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*. ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 หน้า 27-36
- ณัฐพร มโนรพพานิช. (2564). การกำกับดูแลกิจการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*. ปีที่ 8 ฉบับที่ 12 หน้า 279-291
- นันทวรา ปิ่นชนาธรณ์ และพรทิวา แสงเขียว. (2564). อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผลการดำเนินงานธุรกิจหมวดอุตสาหกรรมกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*. ปีที่ 8 ฉบับที่ 8 หน้า 77-89
- เบญจวรรณ ศุภภัทรพร. (2561). ผลกระทบของระดับคะแนนการกำกับดูแลกิจการต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*. ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 หน้า 171-190
- ประเสริฐ พิมศิริ, จิตติกาญจน์ ติลกุล, นภารัตน์ ผาลม, ภาณุมาส ปิยทัศน์กุล, ญาณิ เนียมธรรม, อัจฉรา ฤทธิ์พูล, วรรัตน์ พรหมสาขา ณ สกลนคร, กฤตพงศ์ วัชรนุกุล, พิชานันท์ ภาโสภะ และกฤษฎ์ศักดิ์ ธรเสนา. (2562). ปัจจัยของการกำกับดูแลกิจการที่มีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100). *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 หน้า 27-40
- พิชชาภา ตั้งลำเลศ, อรุณี ยศบุตร, รัชนิยา บังเมม และสัทยา ตันจันทรพงศ์. (2566). อิทธิพลของประเภทอุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนกับผลการดำเนินงาน: หลักฐานเชิงประจักษ์จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*. ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 หน้า 534-549
- ภัทรา เตชะธนเศรษฐ์, อรวรรณ เชื้อเมืองพาน และพรชัย เตชะธนเศรษฐ์. (2561). โครงสร้างผู้ถือหุ้น ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ ผลการประเมินความยั่งยืน ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*. ปีที่ 38 ฉบับที่ 5 หน้า 99-118
- มนทกาล พงษ์เกษม, สมใจ บุญหมื่นไวย และพร้อมพร ภูวดิน. (2562). ปัจจัยการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน: กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 6 ประจำปี พ.ศ. 2562*. วิทยาลัยนครราชสีมา, 30 มีนาคม 2562, หน้า 234-244
- มยุรา คงสกุล และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์. (2565). ผลกระทบระหว่างการกำกับดูแลกิจการ กระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET100. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*. ปีที่ 9 ฉบับที่ 7 หน้า 273-286

- วรปรียา ช้างเอก. (2565). โครงสร้างผู้ถือหุ้นและการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจ
ทรัพยากรและเทคโนโลยีที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 หน้า 117-129
- วิภา อ่องรบ. (2564). ผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการและความเสี่ยงทางการเงินที่มีต่อผลตอบแทนของ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์บัณฑิตศึกษา วิทยาลัยบริหารธุรกิจ
นวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- วิยะดา ปิ่นแก้ว และจิรพงษ์ จันทรงาม. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการและลักษณะเฉพาะ
ของกิจการส่งผลต่อความสามารถในการจัดการกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย (SET 100). วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 8
ฉบับที่ 2 หน้า 155-170
- ศิริภา อันทร, สมใจ บุญหมื่นไวย และสมศักดิ์ จินตวัฒน์. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการ
และผลการดำเนินงาน ช่วงก่อนการระบาดและช่วงการระบาดของ COVID-19 ของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
และกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).
ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 หน้า 47-62
- ศุภกร โพธิ์ทอง และเบญจพร โมกษะเวส. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและ
การบริหารสภาพคล่องกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัย
ราชภัฏมหาสารคาม. ปีที่ 6 ฉบับที่ 4 หน้า 252-262
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). หลักการกำกับดูแล
กิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560. เข้าถึงเมื่อ (12 กรกฎาคม 2566). เข้าถึงได้จาก ([https://
www.sec.or.th/cgthailand/TH/Documents/Regulation/CGCode.pdf](https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Documents/Regulation/CGCode.pdf))
- สุภัทสร่า ยามะเทวัน. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงานของหมวดธุรกิจอาหาร
และเครื่องดื่มที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์บัณฑิตศึกษา คณะบัญชี
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- อรุณี ยศบุตร. (2564). ลักษณะการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัท: หลักฐานเชิงประจักษ์
จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยพะเยา. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 หน้า 233-255
- อาจารย์ ประจวบเหมาะ, ประยงค์ มีใจชื้อ, ชคริต สกลอิสริยาภรณ์ และศุภลสิทธิ์ จารุพัฒน์ทิรญ. (2561).
ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารเกษมบัณฑิต. ปีที่ 19 (ฉบับพิเศษ) หน้า 124-141
- อาทิตยา เคชสุขุม, มนทิพย์ ตั้งเอกจิต และสุวรรณา เลาทะวิสุทธิ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะ
ของคณะกรรมการตรวจสอบกับความระมัดระวังทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. ปีที่ 39 ฉบับที่ 2 หน้า 159-168
- อวยชัย ศุภพร และกุสุมา คำพิทักษ์. (2565). อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการ กรรมการอิสระ คุณภาพ
การจัดประชุมผู้ถือหุ้น และกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 หน้า 19-32
- Jensen, M. C. and Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and
Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol. 3 No. 4 pp. 305-360

คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี
ของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์
การแพร่ระบาดของโควิด -19

Service Quality and Brand Image Affecting Thai Passenger Loyalty Towards Low-Cost Airlines After the Corona Virus Disease-19

ปภพศร์ วงษ์ประคอง^{1*} และนิสรา แพทย์รังสี²

Paphapat Vongprakong^{1*} and Nisara Paetharangsi²

Received: June 21, 2024; Revised: September 20, 2024; Accepted: September 23, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและระดับภาพลักษณ์สายการบินของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันกับความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำในปี พ.ศ. 2567 จำนวน 151 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและสถิติที่ใช้คือ สถิติการทดสอบค่าที (T-Test) และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: F-Test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จากนั้นทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์สายการบินและความจงรักภักดี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Correlation Coefficient) แล้วจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานในแบบจำลองด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

¹ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน นครปฐม

² คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

¹ Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University Kamphangsang Campus, Nakorn Pathom

² Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

* Corresponding Author; Tel. 08 6444 6249, E - mail: paphapat.vo@ku.th

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก 2) คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีแตกต่างกัน

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ; ภาพลักษณ์สายการบิน; ความจงรักภักดี; สายการบินต้นทุนต่ำ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the service quality level and brand image level of Thai passengers towards low-cost airlines. 2) to study how service quality and brand image affecting passengers loyalty of Thai passenger towards low-cost airlines after the Corona virus Disease-19. 3) The personal factors affecting passengers loyalty of Thai passengers towards low-cost airlines after the Corona virus Disease-19. The sample used in this study were 151 passengers who used low-cost airlines after the Corona virus Disease-19. This study used a questionnaire to collect data by purposive sampling method. The statistics used to analyzed were Independent sample T-Test, One-Way ANOVA: F-Test, Correlation Coefficient, and Multiple Regression analysis with a statistical significance level of 0.05. The results of this study showed that 1) the service quality level and the brand image level was at the highest level. 2) The service quality and brand image affecting passengers loyalty towards low-cost airlines after the Corona Virus Disease 2019 pandemic at the statistically significant 0.05 level. 3) The personal factors affecting passengers loyalty towards low-cost airlines after the Corona virus Disease 2019. Multiple regression analysis revealed that in terms of service quality and brand image affecting Thai passengers loyalty towards low-cost airlines after the Corona virus Disease 2019 at the statistically significant 0.05 level.

Keywords: Service Quality; Brand Image; Loyalty; Low-Cost Airlines

บทนำ

ประเทศไทยมีนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Sky Policy) ในปี พ.ศ. 2545 คือการให้สิทธิในการบินระหว่างกัน โดยลดเลิกข้อจำกัดต่าง ๆ ในการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารทางอากาศเพื่อให้การขนส่งเป็นไปโดยเสรี ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Airlines) ขึ้นมาและได้เปิดให้บริการในเส้นทางภายในประเทศตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา ทำให้ผลจากการเกิดสายการบินต้นทุนต่ำเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางโดยเครื่องบินมากขึ้นและเกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากรายงานของ (สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, 2559) พบว่า ในปัจจุบันธุรกิจสายการบินของไทยเป็นธุรกิจที่มีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องจากการเดินทางด้วยอากาศยานเป็นการเดินทางได้อย่างรวดเร็วถึงจุดหมายปลายทางได้ตามเวลาที่กำหนด และยังเป็นรูปแบบการเดินทางที่ปลอดภัยที่สุด ทำให้ได้รับความนิยมมากขึ้นในทุกภูมิภาคทั่วโลก ซึ่งธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศมีบทบาทในอุตสาหกรรมโลกและมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำมีการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเป็นอย่างมาก เห็นได้จากความสามารถในการช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดจากสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ

ทั้งนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ COVID-19 นับตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ทำให้มีการล็อกดาวน์ประเทศส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกในวงกว้างทั้งในภาคการบริการและภาคอุตสาหกรรม โดยหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างสูงคือ ธุรกิจสายการบิน ส่งผลให้ปริมาณเที่ยวบินระหว่างประเทศที่เข้าหรือออกจากประเทศในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ปรับลดลงอย่างมาก ทั้งนี้ในระหว่างวิกฤตการณ์ COVID-19 ผู้โดยสารมีการปรับพฤติกรรมการเดินทางและปรับความถี่ในการเดินทางเพื่อลดความเสี่ยง ต่อมาในช่วงต้นปี พ.ศ. 2565 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เริ่มลดความรุนแรงลง ผู้โดยสารบางกลุ่มที่ได้รับวัคซีนและมีคุณสมบัติในการเดินทางเข้าประเทศตามที่ทางการระบุไว้สามารถเดินทางระหว่างประเทศได้มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมการบินทั่วโลกสามารถเปิดให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศได้อีกครั้ง สำหรับประเทศไทยในระยะแรกยังคงออกมาตรการงดการเดินทางระหว่างประเทศ แต่ยังสามารถเดินทางทางอากาศภายในประเทศได้ด้วยจำนวนเที่ยวบินที่จำกัดจากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้สายการบินมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการโดยเริ่มจากการนั่งเว้นระยะห่างกันบนอากาศยาน งดการบริการอาหารบนอากาศยานหรือมีการให้บริการโดยมีการสั่งอาหารล่วงหน้า รวมถึงการตรวจเอกสารการเดินทางเข้าประเทศ จึงอาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของผู้โดยสาร (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2563) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจสายการบินมีการพัฒนาและมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ซึ่งองค์กรธุรกิจการบินจำนวนมากต่างมองเห็นการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและหาแนวทางการปรับตัว เพื่อเน้นความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มที่มีความจงรักภักดีและเป็นกลุ่มที่สร้างผลกำไรให้กับบริษัทอย่างยั่งยืน (Kotler, P., 1997) อย่างไรก็ตามความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) นั้นย่อมเกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้รับบริการมาระยะเวลาหนึ่งหรืออาจกล่าวได้ว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของลูกค้าและเปลี่ยนแปลงไปตามการรับรู้ หากผู้ให้บริการสามารถเข้าใจถึงปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ (Relationship Quality) จนเปลี่ยนสภาพความสัมพันธ์ไปสู่ความจงรักภักดีและสามารถนำปัจจัยนั้นมาพัฒนาในการให้บริการ ย่อมทำให้เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลง (Zeithaml, V. A. et al., 1996)

ดังนั้นการตัดสินใจของผู้โดยสารมักให้ความสำคัญกับปัจจัยที่หลากหลาย จากการศึกษาของ (Biswakarma, G. and Gnawali, A., 2021) พบว่าภายหลังเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้โดยสารเส้นทางภายในประเทศของประเทศเนปาลให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นในการให้บริการของสายการบิน ในขณะที่การศึกษาของ (Susilo, A. et al., 2022) กล่าวว่าคุณภาพของผู้ให้บริการทั้งด้านกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และด้านความเชื่อมั่นส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารที่เดินทางด้วยสายการบิน Garuda ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับบริการที่ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในธุรกิจบริการและทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

แนวคิดทางด้านภาพลักษณ์โดย (Gronroos, C., 1984) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรคือ คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้จากองค์ประกอบของคุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) ที่เกี่ยวเนื่องกับปัจจัยทางด้านองค์ความรู้ มาตรฐานการบริการและความรวดเร็วในการให้บริการ และคุณภาพในการทำงาน (Functional Quality) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องไปยังทัศนคติของพนักงานรวม ทั้งรูปลักษณ์ของพนักงานตลอดจนบรรยากาศในการให้บริการ เป็นต้น ซึ่งภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล สินค้า บริการ การดำเนินงานผ่านประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อม ก่อให้เกิดความประทับใจซึ่งอาจเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดี ขึ้นอยู่กับผลของประสบการณ์ที่ผ่านมา (นิศรา, 2561) สำหรับในอุตสาหกรรมการบินนั้น ภาพลักษณ์ตราสินค้าดังที่ได้อธิบายมาในข้างต้นอาจเรียกโดยจำเพาะในกลุ่มธุรกิจได้ว่าเป็น ภาพลักษณ์สายการบิน (Airline Image) ซึ่งภาพลักษณ์สายการบินทางด้านบวกที่อยู่ภายในใจผู้โดยสาร ซึ่งเป็นสิ่งที่ใช้แยกแยะความแตกต่างของบริษัทออกจากเหล่าคู่แข่งทั้งหมดในท้องตลาดอีกด้วย (Park, J. et al., 2006)

ทั้งนี้การศึกษาแนวคิดของคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับสายการบิน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลให้กับสายการบินนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความสามารถ

และความได้เปรียบทางการแข่งขัน และทำให้ธุรกิจสายการบินประสบความสำเร็จภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงมากขึ้น (อินทรา, 2557) รวมทั้งการพัฒนาด้านภาพลักษณ์สายการบินเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพ และสามารถบ่งบอกได้ถึงความคิด ทศนคติและความประทับใจที่ผู้โดยสารมีต่อสายการบิน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถช่วยเพิ่มความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ รักษาฐานลูกค้าเก่าและส่วนแบ่งทางการตลาดจากสายการบินคู่แข่ง (อัมรา, 2555) รวมถึงเพื่อสร้างความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้ธุรกิจสายการบินประสบความสำเร็จภายใต้สภาพแวดล้อมหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาคุณภาพการบริการ (Service Quality) และภาพลักษณ์สายการบิน (Brand Image) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี (Passenger Loyalty) กรณีศึกษาผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งจากผลงานวิจัยนี้บริษัทสายการบินต้นทุนต่ำสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์การบริการที่เหมาะสมที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้ให้กับสายการบินต้นทุนต่ำได้อย่างมีศักยภาพมากขึ้น รวมทั้งสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารชาวไทยและก่อให้เกิดความจงรักภักดีในการใช้บริการ อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

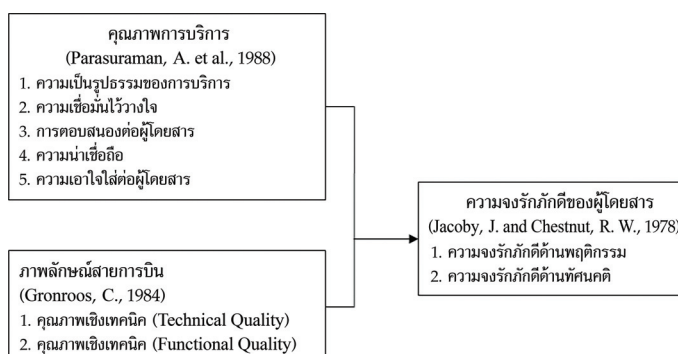
1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์สายการบินของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยที่ต่างกันกับความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยของสายการบินต้นทุนต่ำหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทย
2. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนของผู้โดยสารชาวไทยที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีต่อสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการตามแนวคิดของ (Parasuraman, A. et al., 1988) ภาพลักษณ์สายการบินจากแนวคิดของ (Gronroos, C., 1984) และแนวคิดความจงรักภักดีของ (Jacoby, J. and Chestnut, R.W., 1978) มากำหนดเป็นกรอบความคิดทางทฤษฎีของการวิจัย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จำนวนประชากร 245 คน ซึ่งสายการบินต้นทุนต่ำที่ผู้โดยสารชาวไทยใช้บริการ ได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินเวียดเจต สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ ใช้เกณฑ์จากส่วนแบ่งทางการตลาดของสายการบินแบบประจำสัญชาติไทยที่ให้บริการทั้งเส้นทางบินในประเทศ และระหว่างประเทศ มีผู้โดยสารใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด ได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินเวียดเจต สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2561) มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกนที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จากการเปิดตารางของเครซีและมอร์แกน (Krejcie, R. and Morgan, D., 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 151 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้วิธีการวางแบบสอบถามออนไลน์ สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line เป็นต้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักใช้ในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว สามารถเข้าถึงได้ง่ายและเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกำหนดผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 151 ชุด และผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวคิด ตลอดจนวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดขอบเขตของตัวแปรที่ต้องการวัด โดยแบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์สายการบินและความจงรักภักดี

3. ผู้วิจัยออกแบบสอบถาม โดยกำหนดหัวข้อออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-Ended Question) มีคำตอบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 แนวคิดคุณภาพการบริการ SERVQUAL (Parasuraman, A. et al., 1988) ประกอบด้วย

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือการบริการที่มีความเป็นรูปธรรม โดยผู้ให้บริการส่งมอบบริการแก่ผู้โดยสาร
2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Reliability) คือความสามารถในการปฏิบัติตามที่สัญญากับผู้โดยสาร หรือผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสมและเที่ยงตรง
3. การตอบสนองต่อผู้โดยสาร (Responsiveness) คือผู้ให้บริการมีความพร้อมและบริการด้วยความเต็มใจ
4. ความน่าเชื่อถือ (Assurance) คือผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพ และทักษะในการให้บริการกับผู้โดยสาร
5. ความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร (Empathy) คือ ผู้ให้บริการมีความเข้าใจถึงความต้องการของบุคคลที่ได้เข้ารับบริการหรือผู้โดยสาร

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์สายการบิน (Brand Image) มีการใช้แนวคิดของ (Gronroos, C., 1984) จากองค์ประกอบของคุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพในการทำงาน (Functional Quality)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดี (Passenger Loyalty) มีการใช้แนวคิดของ (Jacoby, J. and Chestnut, R.W., 1978)

1. ความจงรักภักดีด้านพฤติกรรม เป็นการแสดงความภักดีของผู้โดยสารในด้านพฤติกรรม เช่น การแสดงออกถึงความประทับใจสินค้าหรือบริการ การแสดงความเต็มใจในการเป็นสมาชิก การแนะนำบุคคลอื่นหรือบุคคลใกล้ชิดให้ซื้อสินค้า

2. ความจงรักภักดีด้านทัศนคติ เป็นการวัดความจงรักภักดีจากข้อมูลการสะท้อนของอารมณ์และความรู้สึกทางจิตวิทยา เช่น การแสดงความประทับใจหรือความรู้สึกเชิงบวกต่อสินค้าและบริการ

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) จากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.87 จากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 โดยผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.920 - 0.963 ผ่านเกณฑ์การยอมรับงานวิจัยเชิงสำรวจควรมีค่าเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป (บุญใจ, 2553)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อใช้ทดสอบตามสมมุติฐานการวิจัยคือ สถิติการทดสอบค่าที (T-Test) และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: F-Test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยของสายการบินต้นทุนต่ำ จากนั้นทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพบริการ ภาพลักษณ์สายการบินและความจงรักภักดี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Correlation Coefficient) แล้วจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานในแบบจำลองด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.8 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.7 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 67.5 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชนคิดเป็นร้อยละ 59.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.3

2. ผลการศึกษาคุณภาพการบริการของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ภาพรวมของทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.77)

3. ผลการศึกษาภาพลักษณ์สายการบินของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์สายการบินของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.83)

4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยของสายการบินต้นทุนต่ำ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยของสายการบินต้นทุนต่ำ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	ปัจจัย	เปรียบเทียบความแตกต่าง					
		$\bar{X}$	S.D.	T-Test	F-Test	df	P-Value
ระดับความจงรักภักดี	เพศ	1.73	0.45	2.035		150	0.156
ของผู้โดยสารของ	อายุ	3.25	1.43		15.701	150	.000*
สายการบินต้นทุนต่ำ	ระดับการศึกษา	2.07	0.57		7.385	150	.004*
	อาชีพ	2.38	1.45		10.871	150	.000*
	รายได้	2.30	1.50		6.048	150	.001*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีของสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

ตัวแปร	Ta	Re	Res	Ass	Em	Im	Royal
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Ta)	1						
ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Re)	.723**	1					
การตอบสนองต่อผู้โดยสาร (Res)	.641**	.795**	1				
ความน่าเชื่อถือ (Ass)	.663**	.763**	.813**	1			
ความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร (Em)	.699**	.805**	.812**	.778**	1		
ภาพลักษณ์สายการบิน (Im)	.710**	.732**	.694**	.723**	.777**	1	
ความจงรักภักดี (Royal)	.576**	.615**	.582**	.600**	.686**	.748**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้โดยสาร ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร และภาพลักษณ์สายการบิน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับความจงรักภักดีเท่ากับ 0.576 0.615 0.582 0.600 0.686 และ 0.748 ตามลำดับ ในขณะที่ตัวแปรอิสระแต่ละตัวก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกันในทุกตัวแปร และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทำให้สามารถนำไปวิเคราะห์หาค่าถดถอยพหุคูณระหว่างคุณภาพบริการและภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ตารางที่ 3 การตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ	Tolerance	VIF
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Ta)	.396	2.525
ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Re)	.241	4.146
การตอบสนองต่อผู้โดยสาร (Res)	.236	4.243
ความน่าเชื่อถือ (Ass)	.266	3.760
ความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร (Em)	.215	4.647
ภาพลักษณ์สายการบิน (Im)	.262	3.814

จากตารางที่ 3 พบว่าค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 0 และค่า VIF ไม่เกิน 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับสูง สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระจากกัน จากค่าสถิติ Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) ใช้วัดความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระทุกตัว ถ้าค่า Tolerance ยิ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับต่ำ แต่ถ้ามีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับสูง และถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.1 แสดงว่ามีปัญหาเกี่ยวกับ Multicollinearity ขั้นรุนแรง ส่วนค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าเกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับสูง (วสุนันท์, 2557)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยของสายการบินต้นทุนต่ำ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.260	.302		.864	.389
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X1)	.010	.097	.009	.106	.916
ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (X2)	.029	.127	.024	.224	.823
การตอบสนองต่อผู้โดยสาร (X3)	-.053	.126	-.047	-.425	.671
ความน่าเชื่อถือ (X4)	.021	.120	.018	.178	.859
ความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร (X5)	.298	.127	.267	2.350	.020*
ภาพลักษณ์สายการบิน (X6)	.567	.100	.536	5.672	.000*

$R = 0.767$, $R^2 = 0.588$, $\text{adj. } R^2 = 0.571$ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พหุคูณถดถอย (Multiple Regression) พบว่าคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยของสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เป็นความสัมพันธ์ที่มีผลอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาจากค่า $\text{adj. } R^2$ ที่มีค่าเท่ากับ 0.571 ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสารและภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยของสายการบินต้นทุนต่ำ คิดเป็นร้อยละ 57.1 ส่วนที่เหลือจะมาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร จากผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิไลพร และวนิชย์, 2566) พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสดมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท ซึ่งผู้โดยสารส่วนใหญ่มีรายได้ไม่สูงมาก จึงต้องเดินทางกับสายการบินต้นทุนต่ำสอดคล้องกับ (Susanto, A. et al., 2016) พบว่าลักษณะส่วนบุคคลส่งผลสูงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ และตามแนวคิดของ (Kotler, P. and Armstrong, G., 1997) ให้ความหมายอาชีพว่า อาชีพเป็นปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรม ซึ่งแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความต้องการในการรับบริการที่แตกต่างกันอันเกิดจากวัฒนธรรมย่อยของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและมีความแตกต่างกัน ทำให้เห็นว่าผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและยังมีรายได้น้อยจึงไม่เน้นเรื่องการบริการมากนัก ทำให้ผู้โดยสารส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเนื่องจากราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (O'Connell, J. F. and Williams, G., 2005) ซึ่งผู้โดยสารที่มาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำไม่ได้คาดหวังต่อการให้บริการมากนัก เนื่องจากตัวโดยสารมีราคาถูกและสามารถเดินทางถึงจุดหมายปลายทางได้ก็เพียงพอแล้ว ดังนั้นการบริการจึงไม่ใช่ปัจจัยในการประกอบการตัดสินใจเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการ (มุกดา และชาติยา, 2564)

2. คุณภาพการบริการของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้โดยสาร ความน่าเชื่อถือและความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้โดยสาร ความน่าเชื่อถือและความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสารมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยของสายการบินต้นทุนต่ำหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศุภิสรา, 2559) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าต่อสายการบินภายในประเทศไทย พบว่าคุณภาพการบริการของลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าต่อสายการบินภายในประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ (Lovelock, C. H. and Wirtz, J., 2010) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่ความจงรักภักดีของผู้โดยสาร กล่าวคือ หากพนักงานสร้างความมั่นใจ ความรู้สึกปลอดภัย การให้บริการที่สุภาพ เข้าใจความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดี ทำให้เกิดการแนะนำบอกต่อและกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของการพัฒนาคุณภาพการบริการเพิ่มความจงรักภักดีของผู้โดยสารได้ (Firend, A. R. and Masoumeh, F. A., 2014)

3. การรับรู้ภาพลักษณ์ของสายการบินของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของสายการบินของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ลลิตา และนิศกร, 2559) ที่ศึกษาการพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยให้ความสำคัญสูงสุดสองอันดับแรกคือ การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและเครื่องบินที่ทันสมัยและมีสภาพที่ดี เนื่องจากการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความประทับใจในการให้บริการและนำไปสู่ความจงรักภักดีในการกลับมาใช้บริการอีก ดังนั้น ภาพลักษณ์สายการบินจึงถูกพิจารณาว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกสายการบินของผู้โดยสาร (Park, J. et al., 2006)

4. ความจงรักภักดีของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ด้านพฤติกรรมและด้านทัศนคติ จากผลการศึกษาพบว่า ความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กุลวรรณ, 2558) ซึ่งพบว่า

ผู้โดยสารมีความภักดีโดยรวมในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นการแนะนำการบริการให้ผู้อื่นและความตั้งใจกลับมาใช้บริการใหม่ แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารมีความตั้งใจในการบอกต่อเรื่องราวเชิงบวกของสายการบิน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ (Hutchinson, J. et al., 2009) พบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อคุณค่าและความพึงพอใจ รวมทั้งพฤติกรรมคาดหวังหลังการใช้บริการได้แก่ ความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำและการบอกปากต่อปาก

5. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าผู้ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน เนื่องจากอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการกลับมาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำโดยมีพฤติกรรม ได้แก่ การบอกต่อเพื่อนและคนในครอบครัว รวมทั้งมีทัศนคติที่มีความตั้งใจกลับมาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำโดยขึ้นอยู่กับความรู้และความคาดหวังของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (May, T. and Zins, A. H., 2011) ศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าส่งผลให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ด้านมูลค่าของการบริการ พบว่าการวิเคราะห์การรับรู้ที่ลูกค้าได้รับการบริการมีผลต่อความพึงพอใจ ความจงรักภักดีและการบอกปากต่อปากของลูกค้า ซึ่งเป็นไปตามการรับรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจริงของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Zeithaml, V. A., 1988) กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการนั้น ๆ และความคาดหวังที่มีต่อการบริการ หากสิ่งที่ได้รับการบริการเท่ากับหรือมากกว่าคาดหวัง ย่อมทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจกับการบริการนั้น

6. คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เมื่อพิจารณาเฉพาะคุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ (จุฑารัตน์, 2561) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการส่งผลกระทบทงบวกต่อความพึงพอใจและความพึงพอใจส่งผลกระทบทงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ หมายความว่าถ้าการรับรู้คุณภาพการบริการเพิ่มสูงขึ้น ความพึงพอใจและความจงรักภักดีมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นด้วย ซึ่งการที่ลูกค้ามีความเชื่อมั่น ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีความตั้งใจจงรักภักดีมีความซื่อสัตย์คือ ภูมิคุ้มกันต่อการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน (Drennan, J. et al., 2015) ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สายการบินสามารถสร้างความจงรักภักดีของผู้โดยสารได้ รวมทั้งยังเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาดได้อีกด้วย (Chen, Y. et al., 2011) และจากผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของสายการบินมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีถือว่าปัจจัยที่มีศักยภาพเป็นอย่างมากที่จะส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำได้ (Kotler, P. and Keller, K. L., 2016) รวมทั้งภาพลักษณ์ของสายการบินยังเป็นการระลึกถึงในเชิงบวก ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยโน้มน้าวให้ผู้โดยสารมีความรู้สึกที่ดีและมองในด้านดีต่อการบริการที่ได้รับ ช่วยให้เกิดความพึงพอใจได้อีกทางหนึ่งและสอดคล้องกับ (Park, J. et al., 2006) ศึกษาคุณภาพของการบริการ ความพึงพอใจของผู้โดยสารและภาพลักษณ์สายการบิน พบว่าคุณภาพของการบริการ ความพึงพอใจของผู้โดยสารและภาพลักษณ์สายการบินมีผลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสาร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาครั้งนี้

1. จากการศึกษาระดับคุณภาพการบริการพบว่าควรเพิ่มการพัฒนาในด้านคุณภาพการบริการให้ครอบคลุมทุกด้าน เพื่อส่งผลทำให้ความจงรักภักดีของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเพิ่มสูงขึ้น

2. จากการศึกษาระดับความจงรักภักดีของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำพบว่า ควรมีการเสริมสร้างด้านทัศนคติในการเลือกใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ นอกจากนี้ควรมีการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์สายการบินอันจะทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นและหลังจากผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจแล้ว ย่อมจะส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารที่จะเป็นลูกค้าในระยะยาวของสายการบิน ต้นทุนต่ำมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารังต่อไป

1. ควรเพิ่มการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี เนื่องจากตัวแปรที่ได้ทำการศึกษาอาจยังไม่มีความครอบคลุมได้มากเพียงพอ อาทิเช่น แรงจูงใจ ความอ่อนไหวต่อราคา และปัจจัยการบอกต่อของลูกค้าซึ่งเป็นอีกกลุ่มตัวแปรที่มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

2. งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาเปรียบเทียบประเด็นการวิจัยระหว่างผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำและผู้โดยสารของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ เพื่อให้ทราบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์สายการบินส่งผลกระทบต่อผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำกับสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบแตกต่างกันหรือไม่

References

- กุลวรรณ อาจกล้า. (2558). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง. วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. ปีที่ 6 ฉบับที่ 4 หน้า 109-116
- จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของ ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ในประเทศไทย. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ. ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 หน้า 124-154
- ณิศรา ะวีวัน. (2561). อิทธิพลของภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 หน้า 87-98
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2553). ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิไลพร ลอยสงวน และวนิชย์ ไชยแสง. (2566). ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ในเขตจังหวัดอุดรธานี ช่วงสถานการณ์โควิด-19. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 หน้า 30-45
- มุกดา อัยวรรณ และชาตยา นิลพลับ. (2564). ภาพลักษณ์องค์กรและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีกรณีศึกษาผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 หน้า 34-50
- ลลิตา พลสุวรรณ และนิศกร สมสุข. (2559). การพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. ปีที่ 10 ฉบับที่ 3 หน้า 147-163
- วสุนันท์ ปุกเสาร์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานกับผลการดำเนินงานในธนาคารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัญญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศุภิสรา โคศิริวัฒนานนท์. (2559). อิทธิพลของคุณภาพบริการและการรับรู้คุณค่าต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าต่อสายการบินภายในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. (2559). ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ สมรภูมิในน่านฟ้าไทย. เข้าถึงเมื่อ (25 เมษายน 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://www.thaichamber.org/scripts/detail.asp?nNEWSID=11696>)
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: กองเศรษฐกิจการบิน ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมการบิน
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2563). ประกาศ กพท. เรื่อง แนวปฏิบัติในการให้บริการผู้โดยสาร สำหรับเส้นทางการบินระหว่างประเทศในระหว่างสถานการณ์ การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). เข้าถึงเมื่อ (25 เมษายน 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://www.caat.or.th/th/archives/52172>)
- อัมรา อร่ามเรือง. (2555). สายการบิน **Low Cost of Thailand**. เข้าถึงเมื่อ (25 เมษายน 2567). เข้าถึงได้จาก (<http://blogger-airlowcost.blogspot.com/2012/06/air-asia-everyone-can-fly.html>)
- อินทิรา จันทรัฐ. (2557). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- Biswakarma, G. and Gnawali, A. (2021). Service Quality of Domestic Airlines in the Face of COVID-19 in Nepal. **International Journal of Scientific Research and Management**. Vol. 9 No. 2 pp. 2061-2171. DOI: 10.18535/ijssrm/v9i2.em04
- Chen, Y., Tseng, M., and Lin, R. (2011). Evaluation of Customers' Perceptions on In-Flight Service Quality. **African Journal of Business Management**. Vol. 5 No. 7 pp. 2854-2864
- Drennan, J., Bianchi, C., Cacho-Elizondo, S., Louriero, S., Guibert, N., and Proud, W. (2015). Examining the Role of Wine Brand Love on Brand Loyalty: A Multi-Country Comparison. **International Journal of Hospitality Management**. Vol. 49 pp. 47-55. DOI: 10.1016/j.ijhm.2015.04.012
- Firend, A. R. and Masoumeh, F. A. (2014). Impact of Service Quality, Trust and Perceived Value on Customer Loyalty in Malaysia Services Industries. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. Vol. 164 pp. 298-304. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.11.080
- Gronroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. **European Journal of Marketing**. Vol. 18 pp. 36-44
- Hutchinson, J., Lai, F., and Wang, Y. (2009). Understanding the Relationships of Quality Value, Equity, Satisfaction and Behavioral Intentions Among Golf Travelers. **Tourism Management**. Vol. 30 Issue 2 pp. 298-308. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.07.010
- Jacoby, J. and Chestnut, R.W. (1978). **Brand Loyalty Measurement and Management**. New York: John Wiley and Sons
- Kotler, P. and Armstrong, G. (1997). **Principle of Marketing**. 8th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. 9th ed. Prentice Hall: Upper Saddle River
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). **Marketing Management**. Boston: Pearson
- Krejcie, R. and Morgan, D. (1970). Determining Sample Sizes for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. Vol. 30, pp. 607-610
- Lovelock, C. H. and Wirtz, J. (2010). **Services Marketing: People, Technology, Strategy**. 7th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- May, T. and Zins, A. H. (2012). Extensions on the Conceptualization of Customer Perceived Value: Insights from the Airline Industry. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**. Vol. 6 No. 4 pp. 356-376. DOI: 10.1108/17506181211265086

- O'Connell, J. F. and Williams, G. (2005). Passengers' Perceptions of LowCost Airlines and Full-Service Carriers: A Case Study Involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia and Malaysia Airlines. **Journal of Air Transport Management**. Vol. 11 Issue 4 pp. 259-272. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2005.01.007
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L. (1988). SER-VQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing**. Vol. 64 pp. 12-40
- Park, J., Robertson, R. and Wu, C. (2006). Modelling the Impact of Airline Service Quality and Marketing Variables on Passengers' Future Behavioral Intentions. **Transportation Planning and Technology**. Vol. 29 Issue 5 pp. 359-381. DOI: 10.1080/03081060600917686
- Susanto, A., Lopian, J., and Tumbuan, A. (2016). The Influence of Cultural, Social, Personal and Psychological on Consumer Purchase Decision Study on Tonasa Cement Product in Manado City. **Journal Berkala Ilmiah Efisiensi**. Vol. 16 No. 1 pp. 198-206
- Susilo, A., Abadi, M. K. R., Sahroni, A., and Afif, M. (2022). The Influence of Service Quality Towards Customer Satisfaction on Garuda Airline of Yogyakarta International Airport on Pandemic Covid-19. **AL Tijarah**. Vol. 8 No. 1 pp. 1-14
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-end Model and Synthesis of Evidence. **Journal of Marketing**. Vol. 52 Issue 3 pp. 2-22. DOI: 10.1177/002224298805200302
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., and Berry, L.L. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. **Journal of Marketing**. Vol. 60 Issue 2 pp. 31-46. DOI: 10.1177/002224299606000203

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของประชาชน
ที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา

The Relationship Between Service Quality and Satisfaction of People who use Public Passenger Boats in the Chao Phraya River

ชัยวัช คำเจ๊ก* และวิลาลินี จินตลิขิตดี

Chaitawat Khamjek* and Vilasinee Jintalikhitdee

Received: August 13, 2024; Revised: October 25, 2024; Accepted: October 25, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา จำนวน 21,459,445 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน ได้กลุ่มตัวอย่างการวิจัยจำนวน 384 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ T-Test สถิติ F-Test และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา โดยที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับสูง ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้วยการใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้นต่อไป

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ; ความพึงพอใจ; เรือโดยสารสาธารณะ

วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

College of Politics and Government, Suan Sunandha Rajabhat University

* Corresponding Author, Tel. 08 2661 5619, E - mail: Chaitawat.field@gmail.com, vilasinee.ji@ssru.ac.th

Abstract

This research aims to study the quality of public passenger boat services in the Chao Phraya River, the satisfaction level of people who use public passenger boat services in the Chao Phraya River, and to study the relationship between the quality of service and the satisfaction of people who use public passenger boat services in the Chao Phraya River. This research is a quantitative research. The population used in the research is 21,459,445 people who use public passenger boat services in the Chao Phraya River. The sample size was calculated using the formula for finding the sample size of Krejci and Morgan. The research sample consisted of 384 people using the non-probability sampling method with purposive sampling. Data was collected using a questionnaire as a tool for data collection and analyzed using a ready-made statistical program using descriptive statistics, including percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics, including t-test, f-test, and Pearson's correlation analysis. The results of the research found that the overall quality of public passenger boat services in the Chao Phraya River was at a high level. The satisfaction level of people who use public passenger boat services in the Chao Phraya River Overall, it is at a high level and the quality of service is related to the satisfaction of the people who use the public passenger boat service in the Chao Phraya River, with a high level of relationship in the same direction. This research result can be used as information for public passenger boat service providers in the Chao Phraya River as a guideline for developing the quality of service to create more satisfaction.

Keywords: Service Quality; Satisfaction; Public Boat

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การคมนาคมทางเรืออยู่คู่กับคนไทยมาตั้งแต่ครั้งอดีตจวบจนปัจจุบัน การคมนาคมด้วยเส้นทางเรื่อยังคงเป็นทางเลือกหลักในการเดินทางในปัจจุบันเพราะสามารถเดินทางได้อย่างรวดเร็ว และมีค่าโดยสารที่ราคาถูก การเดินทางทางเรื่อยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เนื่องจากรัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของการคมนาคมทางน้ำในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลว่าสามารถช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรติดขัด และเพิ่มช่องทางการเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว โดยมีการปรับปรุงท่าเรือให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ มีการจัดทำป้ายสัญลักษณ์บอกเส้นทางไปท่าเรือ ตลอดจนจัดทำแผนที่เดินทางเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนรูปแบบอื่น ๆ ปัจจุบันมีเรือโดยสารสาธารณะเดินเรือทั้งสิ้น 2 บริษัท ได้แก่ 1) เรือด่วนเลียบฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาให้บริการโดยบริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด โดยมีการให้บริการเดินเรือโดยสารเส้นทางระหว่าง ปากเกร็ด (นนทบุรี) ถึงวัดราชสิงขรด้วย 5 สายการเดินเรือหลัก (บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด, 2567) 2) เรือโดยสารพลังงานไฟฟ้าให้บริการโดยบริษัท ไทย สมายล์ บ๊อท จำกัด เป็นโครงการเรือโดยสารบนแม่น้ำเจ้าพระยาภายใต้ความร่วมมือของบริษัท อี สมาร์ท ทราฟเฟอร์ จำกัด กับกรมเจ้าท่าให้บริการโดยบริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน) โดยมีการให้บริการเดินเรือโดยสาร 2 สายการเดินเรือหลัก (บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน), 2567) อย่างไรก็ตาม ในการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะพบปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเรือโดยสารพลังงานไฟฟ้าของกรมเจ้าท่า จากการสำรวจพบว่าผู้โดยสารมีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น เสื้อชูชีพ บริเวณใต้เบาะนั่ง ควรเพิ่มเที่ยวเรือโดยสารสาธารณะ

ให้มากขึ้น ความเย็นของเครื่องปรับอากาศไม่ทั่วถึง ควรเพิ่มเที่ยวเรือโดยสารสาธารณะในช่วงเวลาเร่งด่วน และควรใช้เวลาในการเดินเรือให้เร็วขึ้น (กรมเจ้าท่า, 2565)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่าผู้ให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาควรมีการปรับปรุงการให้บริการ และพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัย เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ และสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาให้มากยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อเพิ่มระดับคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาให้สูงขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ตลอดจนพัฒนาแนวทางและนโยบายส่งเสริมการเดินทางทางน้ำให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา

สมมติฐานของงานวิจัย

คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง มโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยจะเปรียบเทียบระหว่างการให้บริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการให้บริการที่รับรู้ได้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการให้บริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังจะส่งผลให้การให้บริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Zeithaml, V. A. et al., 1990) หรือได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ทำให้ผู้ใช้บริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการให้บริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้ามหากผู้ใช้บริการได้รับรู้ว่าบริการที่ได้รับนั้นมากกว่าสิ่งที่พวกเขาคาดหวังคุณภาพการให้บริการก็จะเป็นไปในทิศทางบวก หรือมีคุณภาพในการให้บริการนั่นเอง (Schmenner, R. W., 1988) รวมไปถึงเป็นความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการตามมาตรฐานและคุณภาพที่เหมาะสม โดยการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม รวมไปถึงคุณลักษณะที่ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจ (วรวิสิษฐา, 2562)

มาตรวัดคุณภาพการให้บริการและได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาเป็นตัววัดองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน (Zeithaml, V. A. et al., 1990) ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ การให้บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ อย่างชัดเจน ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มีคุณภาพนำสู่การทำให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจและพึงพอใจในบริการตามมา

2. ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) หมายถึง การให้บริการแก่ผู้มารับบริการได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยทุกขั้นตอนของการให้บริการนั้นมีความตรงประเด็น ถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว และเกิดความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ รวมทั้งมีการให้ความช่วยเหลือ แนะนำระหว่างการเข้ารับบริการด้วยความสุภาพ เต็มใจ อ่อนโยน

3. การตอบสนองต่อความต้องการในการให้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการให้บริการ ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับบริการ เคารพความเป็นบุคคลของผู้รับบริการ บุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกัน มาสโลว์ นักจิตวิทยาชาวอเมริกาได้เสนอ “ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น” โดยแบ่งความต้องการของบุคคลออกเป็น 5 ระดับ คือ ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (Security or Safety Needs) ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) ความต้องการมีฐานะเด่นในสังคม (Esteem or Status Needs) และความต้องการความสำเร็จในสิ่งที่คิดหวังไว้ (Self-Actualization or Self Realization)

4. การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้ทักษะการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าการให้บริการที่ให้นั้น ผู้รับบริการจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ใส่ใจการรับฟังปัญหาความคิดเห็น มีสัมพันธภาพที่ดีต่อการรับฟังปัญหาของผู้รับบริการจดจำผู้รับบริการในสิ่งที่เฉพาะกับบุคคล และการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมด หรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พอใจก็จะเกิดขึ้น (Morse, Philip M., 1958) อีกทั้งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกิดจากความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ และยังส่งผลต่อความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ซึ่งความพึงพอใจนั้นจะเกิดได้ต้องทำให้มีความรู้สึกถึงสภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดเป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ (Anderson, K. B. and Pingry, R. E., 1973) นอกจากนี้ยังหมายถึง เจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาก ๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพเกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างเพื่อที่จะสนองตอบต่อความต้องการหรือความคาดหวังที่มีอยู่ และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก (Mullins, L. J., 1985) และเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์อย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ (Shelly, D. F., 1995) กล่าวคือ ความสำเร็จในการให้บริการที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ความคาดหวังของผู้รับบริการ ความพร้อมในการบริการ ความมีคุณค่าของการบริการ ความสนใจต่อการบริการ ความมีไมตรีจิตในการบริการ และความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ ส่วนปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วยความพึงพอใจของผู้รับบริการ 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านลักษณะภายนอกที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่จับต้องได้
- 2) ด้านความเชื่อถือได้ ความสามารถที่จะแสดงผลงานและให้บริการอย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ
- 3) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการผู้ใช้หรือลูกค้าอย่างทันทั่วถึง
- 4) ด้านความมั่นใจได้ผู้ให้บริการที่แสดงออกทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ
- 5) ด้านการเข้าถึงจิตใจการดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้รับบริการ (มณฑกานต์ และสุธรรม, 2560)

ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ เป้าหมายหลักของผู้ปฏิบัติที่ต้องยึดถือไว้เสมอพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน (Millet, J. D., 2012) ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการให้บริการงานของที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีความตรงเวลาในการให้บริการนั้น อาจทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจได้

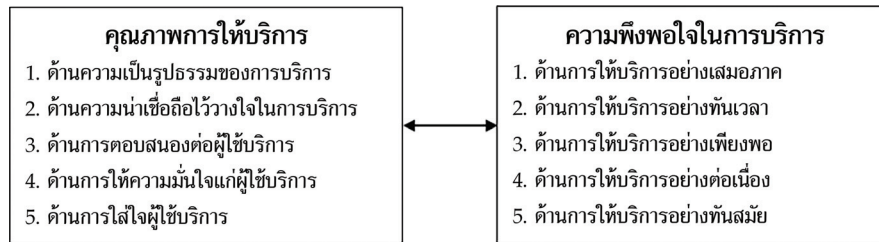
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at the Geographical) ความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ (Millet, J. D., 2012)

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลักไม่ใช่อึดความพอใจขององค์กรที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ มีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พิจารณาแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านเพื่อนำมาวิเคราะห์และกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการ โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ (Zeithaml, V. A. et al., 1990) เรียกว่า SERVQUAL ได้แบ่งเครื่องมือที่นำมาเป็นตัววัดองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการใส่ใจผู้ใช้บริการ มาศึกษาคุณภาพการให้บริการของเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ส่วนตัวแปรตามผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Millet, J. D. (Millet, J. D., 2012) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดหลักในการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างทันสมัย ซึ่งสามารถเขียนกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาประมวลผลการวิจัย

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา จำนวน 21,459,445 คน (กรมเจ้าท่า, 2566)

2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาจำนวน 384 คน ซึ่งได้จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie, R. V. and Morgan, D. W., 1970) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างให้มีความคลาดเคลื่อน 0.05 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้รวบรวมข้อมูล โดยยึดกรอบแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้วสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับคำนิยามที่ค้นคว้าไว้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เป็นลักษณะแบบสำรวจรายการให้ตอบตามความเป็นจริง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการใส่ใจผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างทันสมัย

ผู้วิจัยหาคุณภาพของเครื่องมือโดยขั้นตอนแรกการหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านประเมิน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.98 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดตามเกณฑ์ (กัลยา และจิตตา, 2558) ที่กำหนดเกณฑ์ว่าค่า IOC มากกว่า 0.6 ขึ้นไปถือว่าข้อความนั้นมีความสอดคล้องหรือมีความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ด้วยวิธีการของ Cronbach's Alpha Coefficient (Cronbach, L. J., 1951) ซึ่งผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.98 ซึ่งใช้เกณฑ์ (กัลยา, 2548) ซึ่งกล่าวว่า ค่าความเชื่อมั่นต้อง 0.70 ขึ้นไปจึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

4. การเก็บข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูล ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากบทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารที่ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2. นำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อขออนุญาตเข้าทำการเก็บข้อมูลจากกรมเจ้าท่า คือ ประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาจำนวน 384 คน ด้วยแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยเป็นผู้แจกและติดตามรับแบบสอบถามคืนด้วยตัวเอง

4. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน และนำข้อมูลแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ชุด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติต่าง ๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.) สถิติอนุมาน คือ สถิติ R-Test สถิติ F-Test และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ประชาชนผู้ใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 53.4 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี และ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.2 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 50.5 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 32.8 และมีรายได้ระหว่าง 25,001 - 35,00 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา แยกเป็นรายด้าน

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	3.93	0.38	มาก
2. ด้านการใส่ใจผู้ใช้บริการ	3.92	0.42	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	3.90	0.40	มาก
4. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.89	0.37	มาก
5. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	3.86	0.40	มาก
รวม	3.90	0.35	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา โดยในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาคูณภาพการให้บริการเป็นรายด้าน ลำดับแรกคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.38) รองลงมาคือ ด้านการใส่ใจผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.42) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.40) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.37) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.40) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา แยกเป็นรายด้าน

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	3.94	0.40	มาก
2. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	3.91	0.39	มาก
3. ด้านการให้บริการอย่างทันสมัย	3.88	0.36	มาก
4. ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง	3.86	0.41	มาก
5. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.80	0.37	มาก
รวม	3.88	0.34	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา โดยในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายด้าน ลำดับแรกคือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาคอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.40) รองลงมาคือ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.39) ด้านการให้บริการอย่างทันสมัยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.36) ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.41) และ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.37) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ผลปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา

คุณภาพการให้บริการ	ความพึงพอใจ			
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทางความสัมพันธ์
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.80	.00**	สูง	ทางบวก
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ	.80	.00**	สูง	ทางบวก
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	.82	.00**	สูง	ทางบวก
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	.81	.00**	สูง	ทางบวก
5. ด้านการใส่ใจผู้ใช้บริการ	.82	.00**	สูง	ทางบวก
รวม	.90	.00	สูง	ทางบวก

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ในภาพรวมของคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 (Sig. = .00) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.90$) โดยเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวก หมายความว่า ยิ่งมีคุณภาพการให้บริการมากเท่าใด ยิ่งส่งผลให้ความพึงพอใจในการใช้บริการสูงขึ้นตาม โดยคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุดคือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านการใส่ใจผู้ใช้บริการ ($r = .82$) รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ($r = .81$) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ($r = .80$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการของเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา

ระดับคุณภาพการให้บริการของเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ชลธิ, 2564; บุญसान, 2565; เฉลิมชัย และคณะ, 2565) โดยเมื่อพิจารณาระดับคุณภาพการให้บริการของเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นรายด้านพบว่าด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ อยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่าเรือโดยสารสาธารณะที่วิ่งให้บริการในแม่น้ำเจ้าพระยามีความน่าเชื่อถือในสายตาของประชาชนผู้ใช้บริการผ่านการให้บริการทั้งการที่เรือที่วิ่งให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดในตารางเดินเรือ การกำหนดราคาค่าโดยสารที่เหมาะสม การที่พนักงานประจำเรือสามารถแก้ไขปัญหาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นขณะเรือวิ่งให้บริการได้อย่างเชี่ยวชาญ หรือการที่พนักงานประจำเรือให้บริการอย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดได้

แต่ในขณะเดียวกันระดับคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากแต่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด เนื่องจากการเดินทางทางน้ำนั้นยังมีปัจจัยเรื่องกระแสน้ำซึ่งเป็นปัจจัยทางธรรมชาติประกอบกับชาวสารที่ได้รับเกี่ยวกับอุบัติเหตุทางน้ำรูปแบบต่าง ๆ และเมื่อได้เห็นสภาพของตัวเรือที่วิ่งให้บริการที่เป็นเรือไม้และบางลำมีสภาพที่ผ่านการใช้งานมาอย่างยาวนาน รวมถึงสภาพของเสื้อชูชีพและอุปกรณ์ความปลอดภัยที่ค่อนข้างเก่า จึงทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สินขณะใช้บริการ ทั้งการให้บริการของพนักงานประจำเรือที่ในบางครั้งอาจไม่สามารถตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้ไม่ถูกต้องหรือชัดเจนมากนัก จึงทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่า ค่าโดยสารที่เสียไปนั้นไม่คุ้มค่าต่อการบริการที่ได้รับ จึงทำให้ระดับคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (รุ่งทิพย์, 2561) ที่ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต ผลการศึกษาพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเปาโลรังสิตโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ

2. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา

ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา (รุ่งทิพย์, 2561; สุธาสินี, 2562; รุ่งอรุณ และคณะ, 2565; บิรัช และสุทธิภัทร, 2567) โดยระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาคมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สาเหตุมาจากบริษัทเรือโดยสารสาธารณะที่วิ่งให้บริการในแม่น้ำเจ้าพระยาให้ความสำคัญในการให้บริการอย่างเสมอภาคไม่มีการเลือกปฏิบัติ โดยเน้นย้ำให้พนักงานประจำเรือให้บริการอย่างซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา และไม่เรียกร้องผลประโยชน์ใด ๆ จากผู้ใช้บริการ รวมถึงมีการอบรมพนักงานประจำเรือในการให้บริการในมาตรฐานเดียวกัน

ในส่วนของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด สาเหตุอาจมาจากการที่บริษัทเรือโดยสารสาธารณะที่วิ่งให้บริการในแม่น้ำเจ้าพระยายังขาดการเพิ่มเที่ยวเรือวิ่งให้บริการในช่วงเวลาเร่งด่วน จึงทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าต้องใช้เวลาในการรอเรือโดยสารที่นานประกอบกับจำนวนผู้ใช้บริการที่มีจำนวนมาก ทำให้ขณะใช้บริการบนเรือโดยสารอาจเกิดความแออัดในการใช้บริการ ทำให้บางรายอาจเกิดความไม่พึงพอใจได้สอดคล้องกับแนวคิด (Linder-Pelz, S., 1982) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเหตุผลหลักในการตอบสนองที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งของแต่ละบุคคลโดยมีการถ่ายทอดจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริโภคหรือการใช้บริการต่าง ๆ และความพึงพอใจจากส่วนนี้ส่งผลต่อการบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

3. ความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา

จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและมีทิศทางสัมพันธ์กันในทางบวก ดังแนวคิดของ (Lovelock, C. and Wirtz, J., 2007) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวัดผลการดำเนินงานเพราะเมื่อคุณภาพการให้บริการสูงขึ้น ความผิดพลาดจากการดำเนินงาน และระยะเวลาในการส่งมอบการให้บริการจะลดลงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น และเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจย่อมส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการเกิดการซื้อสินค้าหรือเข้าใช้บริการซ้ำอันจะส่งผลเชิงบวกต่อผู้ประกอบการที่จะลดต้นทุนในการทำการตลาดและสร้างผลกำไรมากขึ้นอีกด้วย และแนวคิด (Anderson, K. B. and Pingry, R. E., 1973) ยังกล่าวอีกว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกิดจากความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ และยังส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ซึ่งความพึงพอใจนั้นจะเกิดได้ต้องทำให้มีความรู้สึกถึงสถานะจิตที่ปราศจากความเครียดเป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

จากการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายเพิ่มเติมได้ว่า คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยามากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการและด้านการใส่ใจผู้ใช้บริการ โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาอยู่ในระดับความสัมพันธ์สูง ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการนั้นมีความมุ่งเน้นไปที่ความสามารถในการแก้ไขปัญหาหรือตอบคำถามของผู้โดยสารได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น เรือล่าช้า ท่าเรือปิด หรือมีปัญหาเกี่ยวกับการชำระเงิน ผู้โดยสารต้องการได้รับการช่วยเหลือและคำตอบที่ชัดเจน การมีช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น สายด่วน หรือช่องทางออนไลน์ ทำให้ผู้โดยสารสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้การมีพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน และการให้ความสำคัญกับความรู้สึกและความต้องการของผู้โดยสาร การสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร และสะดวกสบาย เช่น การจัดเตรียมที่นั่งที่สะอาดและเพียงพอ การมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การมีพนักงานที่สุภาพและมีใจบริการเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญซึ่งทำให้เมื่อผู้โดยสารได้รับการตอบสนองที่ดีและรู้สึกว่าได้รับการดูแลเป็นอย่างดี จะเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ และการให้บริการที่ดีจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริการเรือโดยสาร และส่งเสริมให้ผู้คนหันมาใช้บริการขนส่งสาธารณะมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (ฐานพัฒน์ และชินโสณ, 2564) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด จากการศึกษพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัย (กิตติอำพล และคณะ, 2567) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จากการศึกษพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าความคิดเห็นของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาต่อคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการใส่ใจผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้ให้บริการเรือโดยสารสาธารณะ

ในแม่น้ำเจ้าพระยาควรมีการตรวจสอบสภาพเรืออย่างละเอียดอยู่เป็นประจำเพื่อให้แน่ใจว่าเรือโดยสารที่ใช้วิ่งบริการอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร พร้อมทั้งตรวจสอบและติดตั้งอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น เสื้อชูชีพ ท่วงยาง และอุปกรณ์ดับเพลิง ให้เพียงพอและอยู่ในสภาพใช้งานได้

2. จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าประชาชนผู้ใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ด้านการให้บริการอย่างทันสมัย ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา โดยเฉพาะด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ดังนั้นผู้ให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาควรมีการเพิ่มเที่ยวเรือในช่วงเวลาเร่งด่วนหรือในช่วงที่มีผู้โดยสารหนาแน่น และปรับเวลาเดินเรือให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงประกาศเผยแพร่ตารางเดินเรือผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ป้ายประกาศ เว็บไซต์ และ Social Media Platform ต่าง ๆ

3. จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา ดังนั้น ผู้ให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาจึงควรพัฒนาการให้บริการของพนักงานประจำเรือให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการมากที่สุด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุดและยังทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการซ้ำรวมทั้งมีการบอกต่อถึงบริการที่มีคุณภาพให้แก่บุคคลอื่นต่อ ๆ ไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ให้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาและประชาชนผู้ใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการเรือโดยสารสาธารณะในแม่น้ำเจ้าพระยา นอกเหนือจากคุณภาพการให้บริการ เช่น ด้านการตลาด ด้านการสร้างภาพลักษณ์ด้านคุณภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากหลาย ๆ ฝ่าย โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผศ.ดร. วิลาสินี จินตลิตติดี ในการแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง รวมทั้งขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่อำนวยความสะดวกและตอบข้อซักถาม

References

- กิตติอำพล สดประเสริฐ, ฉัตรวี อภิวงค์พงศ์, และบุญญา ถึงถิ่น. (2567). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 หน้า 206-216
- กรมเจ้าท่า. (2565). รายงานสถิติข้อมูล ประจำปี 2565. เข้าถึงเมื่อ (20 เมษายน 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://md.go.th/wp-content/uploads/2023/08/รายงานประจำปี-65-เล่มสมบูรณ์.pdf>?92)
- กรมเจ้าท่า. (2566). รายงานการสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเรือโดยสารพลังงานไฟฟ้า ประจำปีงบประมาณ 2566. เข้าถึงเมื่อ (20 เมษายน 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://md.go.th/wp-content/uploads/2023/08/PDFรายงานเรือไฟฟ้า2566.pdf>)

- กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา. (2558). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เฉลิมชัย สารภาพ, คัมภีร์ นิลแสง และสุภาภรณ์ พลเที่ยง. (2565). คุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารสาขา ธนาคารกรุงเทพจำกัด จังหวัดอุบลราชธานี. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์. ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 หน้า 535-546
- ชลธิ์ อยู่สวัสดิ์. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ฐานพัฒน์ ภูแดนกลาง และชินโสณ วิสิฐนิจิภา. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด. วารสารศิลปการจัดการ. ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 หน้า 17-29
- บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด. (2567). เกี่ยวกับเรา. เข้าถึงเมื่อ (20 เมษายน 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://www.chaophrayaexpressboat.com/aboutus>)
- บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน). (2567). ประวัติและความเป็นมา. เข้าถึงเมื่อ (20 เมษายน 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://www.energyabsolute.co.th/history>)
- ปรีชา แทวนจีน และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์. (2567). ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วารสารเกษมบัณฑิต. ปีที่ 25 ฉบับที่ 1 หน้า 1-14
- บุญसान ทระทิก. (2565). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักรีสอร์ทในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วารสารเกษมบัณฑิต. ปีที่ 23 ฉบับที่ 2 หน้า 27-37
- มณฑกานต์ ฉิมเกิด และสุธรรม พงศ์สำราญ. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายวิชาการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. วารสารเกษมบัณฑิต. ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 หน้า 36-51
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต. สารนิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์, วิษณุ เพ็ชรไทย, ชุตินันท์ เจียมจิระเศรษฐ์, วรรณพล ศุภสกุลดำรงค์, บุญยวีร์ โชคประเสริฐสม และไกลรุ่ง กระแสสินธุ์. (2565). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019). วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 หน้า 80-97
- วัลลัสนิยา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สุธาสินี อรุณ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าร้านกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 หน้า 30-44
- Anderson, K. B. and Pingry, R. E. (1973). **The Learning of Mathematics: The Theory and Practices.** Washington, D.C.: The National Council of Teachers of Mathematics
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. **Psychometrika**. Vol. 16 pp. 297-334. DOI: 10.1007/BF02310555
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. Vol. 30 Issue 3 pp. 607-610. DOI: 10.1177/001316447003000308
- Linder-Pelz, S. (1982). Toward a Theory of Patient Satisfaction. **Social Science & Medicine**. Vol. 16 Issue 5 pp. 577-582. DOI: 10.1016/0277-9536(82)90311-2

- Lovelock, C. and Wirtz, J. (2007). **Principles of Service Marketing and Management: People, Technology, Strategy**. 6th ed. New Jersey: Pearson/Prentice Hall
- Morse, Philip M. (1958). **Queues, Inventories, and Maintenance: the Analysis of Operational System with Variable Demand and Supply**. New York: Wiley
- Mullins, L. J. (1985). **Management and Organizational Behavior**. London: Pitman Publishing Limited
- Millet, J. D. (2012). **Management in the Public Service: The Quest for Effective Performance**. New York: McGraw-Hill Book Company
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., and Berry, L. L. (1990). **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**. New York: The Free Press
- Schmenner, R. W. (1988). Escaping the Black Holes of Cost Accounting. **Business Horizons**. Vol. 31 Issue 1 pp. 66-72. DOI: 10.1016/0007-6813(88)90043-2
- Shelly, D. F. (1995). Tackling Family Member Compensation. **American Printer**. Vol. 215 pp. 88

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการประชาชน ของตำรวจนครบาล 4

Causal Relationship of Variables Affecting the Metropolitan Police Service 4

พิชศาล พันธุ์วัฒนา*

Pitsarn Phanwattana*

Received: May 14, 2024; Revised: August 24, 2024; Accepted: August 26, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล 4 และอิทธิพลของการอำนวยความสะดวกในการติดต่อ การชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้บริการอย่างโปร่งใสไม่เรียกรับสินบน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของประชาชน ใช้แนวทางการวิจัยแบบผสม เชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากประชาชนด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและเทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง เชิงคุณภาพเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ สمار์ทโฟน และบันทึกความจำ ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล 4 อยู่ระดับปานกลาง (63.10 %) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าทั้ง 5 ด้านที่ประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อ (56.44 %) การชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ (59.16 %) พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (59.80 %) การให้บริการอย่างโปร่งใส (58.68 %) และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการ (55.72 %) นั้น ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และตัวแปรพฤติกรรมการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการให้บริการประชาชนมากที่สุด ส่วนความสะดวกในการติดต่อมีอิทธิพลทั้งทางอ้อมและผลรวมมากที่สุดต่อการให้บริการประชาชนของตำรวจนครบาล 4 ส่วนผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบประเด็นสำคัญสอดคล้องกับผลเชิงปริมาณว่าพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนมากที่สุด โดยประชาชนส่วนใหญ่ต้องการให้เจ้าหน้าที่กริยาวาจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส และเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ

คำสำคัญ : ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ; อิทธิพล; การให้บริการ; ตำรวจนครบาล 4

คณะตำรวจศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

Faculty of Police Science, Royal Police Cadet Academy

* Corresponding Author, Tel. 08 1905 6711, E - mail: Pitsarn_ph@rpca.ac.th

Abstract

The purposes of this research were to study People' satisfaction to service of metropolitan police 4 and The influence of facilitation of contact, clarification of advice, behavior of police service, providing services transparently, using technology to develop services influences with public satisfaction. This study was conducted by applying mixed methodologies. Quantitative approach, questionnaire was used to collect data from 400 of people in Eastern Bangkok. The data was analyzed using descriptive statistics and path analysis. Qualitative approach, focus group, smartphone and field notes was conducted with 14 people in Eastern Bangkok. The results indicated that 1) Overall, people's satisfaction with the services of the Metropolitan Police 4 is at a moderate level (63.10 %). When considering each aspect, it is found that all 5 areas include facilitation of contact (56.44 %), clarification of advice (59.16 %), behavior of police service (59.80 %), providing services transparently (58.68 %), and using technology to develop services (55.72 %), Most people are satisfied at a moderate level. Behavior of police service had the most direct influences to public service and facilitation of contact had the most indirect and total influences to public service. And the results of the qualitative research, it was found that the important points were consistent with the quantitative results that the service behavior of officials had the greatest influence on people's satisfaction. Most people want officials to be polite, gentle and smiling and disclose information to the public.

Keywords: The Causal Relationship; Influences; Public Services; Metropolitan Police 4

บทนำ

กองบังคับการตำรวจนครบาล 4 เป็นหนึ่งในหน่วยงานที่สังกัดกองบัญชาการตำรวจนครบาลมีสถานีตำรวจในสังกัด 8 สถานี มีพื้นที่รับผิดชอบบริเวณกรุงเทพมหานครตะวันออกทั้งสิ้น 183.985 ตารางกิโลเมตร (สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักงานปลัดกรุงเทพมหานคร, 2566) จำนวนประชากรที่อยู่ในพื้นที่มีรวม 1 ล้านคนไม่นับรวมประชากรแฝงที่พักอาศัยตามหอพักหรือห้องเช่าอีกมาก มีชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบมากถึง 279 ชุมชน (สำนักงานพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร, 2565) จำต้องจัดแผนพัฒนาระบบการให้บริการประชาชนอย่างรัดกุมรองรับประชากรที่มีจำนวนมาก งานบริการบนสถานีตำรวจเป็นหนึ่งในสายงานที่ต้องปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชนผู้มาติดต่อราชการ สถานีตำรวจ นครบาลทุกแห่งได้จัดทำแผนพัฒนาระบบการให้บริการประชาชน โดยกำหนดคู่มือมาตรฐานการให้บริการของประชาชนรวมถึงกำหนดแนวทางการยกระดับการบริการประชาชนของสถานีตำรวจให้มีคุณภาพและเพื่อให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจต่อการบริการของตำรวจที่ประจำบนสถานี จึงดำเนินการตามแผนพัฒนาให้สอดคล้องกับแบบตรวจ (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2566; สถานีตำรวจนครบาลลาดพร้าว, 2566; สถานีตำรวจนครบาลบึงกุ่ม, 2566; สถานีตำรวจนครบาลทองหล่อ, 2566; สำนักงานจราจรตำรวจ, 2566)

หากแต่สภาพแห่งความจริงการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของตำรวจตามแนวทางยกระดับการบริการประชาชนที่กำหนดไว้ในคู่มือมาตรฐานการให้บริการบางแห่งยังไม่ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งยังมีปัญหาอีกมากมาย เช่น งานที่ให้บริการประชาชนอยู่กระจัดกระจายไม่ต่อเนื่องไม่เสร็จสิ้นที่จุดเดียวทำให้ประชาชนเสียเวลา หรือด้านพฤติกรรมกรรมการแสดงออกของตำรวจที่มีลักษณะท่าทางไม่สุภาพ ถ้อยคำถือตำแหน่ง การควบคุมอารมณ์แสดงออกด้วยอาการฉุนเฉียวหรือโกรธง่าย ไม่รับฟังคำวิพากษ์วิจารณ์ของประชาชน มีความอดทน

อดคล้องต่อการถูกย่ำแย่ของตำรวจในระดับไม่คืบหน้า (ภคพร, 2563) ตำรวจไม่มอบสำเนาบันทึกประจำวันหรือรับคำร้องทุกข์แต่รับไว้แค่เป็นหลักฐานทำให้ผู้เสียหายสูญเสียสิทธิในการดำเนินคดี หรือปัญหาการประสานงานระหว่างตำรวจกับประชาชน (บุรินทร์ และจอมเดช, 2564) การบริการบนสถานีตำรวจยังไม่เป็นที่พึงพอใจของประชาชน การทำงานตำรวจมีลักษณะเฉื่อยและมีทัศนคติไม่ถูกต้อง (เศรษฐพิส, 2562) ปัญหาการให้บริการประชาชนตามข้างต้นจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การประเมินผลการปฏิบัติงานด้านบริการเป็นไปตามแผนพัฒนาระบบการให้บริการตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เรื่องทำนองนี้นักการศึกษาในประเทศ (ณัฐพล, 2565; นรเศรษฐ, 2563; เยาวธิดา และรัชดา, 2565; ทศพร, 2563) และนักการศึกษาต่างประเทศ (Hoang Anh, D. and Nguyen Thanh, H., 2022; Brown, J. and Silvestrib, M., 2020; Shrestha, P. M., 2021; Lemon, K. N. and Verhoef, P. C., 2016; Livingstone, R. M., 2022; Minehan, M. J., 2023; Triola, A. M. and Chanin, J., 2022) ที่ศึกษาประเด็นการให้บริการประชาชนต่างเห็นในทิศทางสอดคล้องกันว่าการให้บริการประชาชนจำเป็นต้องปรับปรุงลดข้อจำกัดนำไปสู่การพัฒนาการให้บริการประชาชน

งานวิจัยนี้นำแบบสำรวจความพึงพอใจการให้บริการสถานีตำรวจที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ในส่วน ITA ใช้ประเมินความพึงพอใจของประชาชน 5 ข้อคำถาม เป็นตัวแปรอิสระโดยทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเพื่อหาตัวแปรประกอบของตัวแปรอิสระทั้ง 5 ประกอบด้วย 1) การอำนวยความสะดวกในการติดต่อ 2) การชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ 3) พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ 4) การให้บริการอย่างโปร่งใสไม่เรียกรับสินบน และ 5) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการ และตัวแปรตามที่ใช้ในงานคือ ความพึงพอใจของประชาชน โดยทำการศึกษาเพื่อหาข้อค้นพบที่อาจแตกต่าง โดยศึกษาว่าแนวทางทั้ง 5 แนวใดที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการประชาชนของตำรวจนครบาล 4 พิจารณาในแง่อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และผลรวมของการให้บริการของตำรวจนครบาล 4 ที่มีต่อความพึงพอใจในการให้บริการประชาชน มุ่งหวังได้ข้อค้นพบที่แตกต่างจากเดิม เพิ่มเติมองค์ความรู้ใหม่ ทราบข้อดีข้อจำกัด ข้อมูลที่ได้ตรงตามสภาพแห่งเป็นจริง มีความเป็นปัจจุบัน สามารถใช้อ้างอิงหรือนำไปปรับใช้กับการให้บริการของตำรวจนครบาล 4 เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านบริการประชาชนเกิดประสิทธิผลสูงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล 4
2. ศึกษาอิทธิพลของการอำนวยความสะดวกในการติดต่อ การชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้บริการอย่างโปร่งใสไม่เรียกรับสินบน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของประชาชน

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาช่องว่างในวรรณกรรมงานวิจัย (Gap of Knowledge) เพื่อชี้ช่องว่างงานวิจัยในอดีตสร้างองค์ความรู้ที่มีอยู่ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นรวมถึงหลีกเลี่ยงการทำวิจัยเรื่องเก่าซ้ำเดิม โดยค้นหาวรรณกรรมต่าง ๆ จากตำรา คู่มือ งานวิจัยต้นฉบับ บทความวิจัย/ วิชาการ และสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต นำมาสู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจำนวน 15 เส้นทาง

จากตารางที่ 1 พบว่างานวิจัยมีตัวแปรทั้งสิ้น 6 ตัว ประกอบด้วยตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจของประชาชน (PUBSA) และตัวแปรอิสระอีก 5 ตัว ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการติดต่อ (CONVE) การชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ (ADVIC) พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (BEHAV) การให้บริการอย่างโปร่งใสไม่เรียกรับสินบน (TRANS) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการ (TECHN) ตัวแปรเหล่านี้มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในเชิงบวกจำนวน 15 เส้นทาง ทุกเส้นทางต่างมีวรรณกรรมที่ผ่านการเผยแพร่จากหน่วยงานหรือนักวิจัยเคยใช้ศึกษา เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร CONVE มีความสัมพันธ์ส่งผลเชิงบวกหรือมีอิทธิพลต่อ TRANS (เศรษฐพิส, 2562; Veltri, G. A. et al., 2020) สนับสนุนแนวคิด หรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ADVIC มีความสัมพันธ์ส่งผลเชิงบวกหรือมีอิทธิพลต่อ BEHAV (สกุลรัตน์, 2561; วิรุฬห์, 2565) สนับสนุนแนวคิด เป็นต้น

ตารางที่ 1 วรรณกรรมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปร	PUBSA	CONVE	ADVIC	BEHAV	TRANS	TECHN
CONVE	(ณัฐพล, 2565; นรเศรษฐ, 2563; อำนาจ และสุธรรม, 2565)	-	-	(Brown, J. and Silvestrib, M., 2020; Sahapattana, P. and Cheurprakobkit, S., 2019)	(เศรษฐพิส, 2562; Veltri, G. A. et al., 2020)	(Livingstone, R. M., 2022; Wienroth, M., 2023)
ADVIC	(เยาวธิดา และ รัชดา, 2565; Minehan, M. J., 2023)	(สุดาภรณ์ และ คณะ, 2565; Rogers, C. et al., 2022)	-	(สกุลรัตน์, 2561; วิรุฬ, 2565)	(Grundy, Q., 2022)	-
BEHAV	(ฐิติชญา และ คณะ, 2564; ภคพร, 2563; Hoang Anh, D. and Nguyen Thanh, H., 2022; Katz, G. L., 2022)	-	-	-	(จรัส, 2563; ระวี, 2562; สำนักงานจร ตำรวจ, 2566)	-
TRANS	(บุรินทร์ และ จอมเดช, 2564; Triola, A. M. and Chanin, J., 2022)	-	-	-	-	(Koper, C. S. et al., 2020; Zhao, B., 2023)
TECHN	(ทศพร, 2563; วิรุฬ, 2565; สุดาภรณ์ และ คณะ, 2565)	-	(วัชรพงษ์, 2564; Vestby, A. and Vestby, J., 2021)	(Livingstone, R. M., 2022; Kitsios, F. C. and Kamariotou, M., 2020)	-	-

สมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยสามารถเขียนสมมติฐานได้ 6 ข้อดังนี้

ความพึงพอใจของประชาชน (PUBSA) ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการติดต่อฯ การชี้แจงให้คำปรึกษา
พฤติกรรมบริการ การให้บริการอย่างโปร่งใส และการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนาฯ

$PUBSA = f (CONVE, ADVIC, BEHAV, TRANS, TECHN)$(1)

ความสะดวกในการติดต่อฯ (CONVE) ขึ้นอยู่กับการชี้แจงให้คำปรึกษาฯ

$CONVE = f (ADVIC)$(2)

การชี้แจงให้คำปรึกษาฯ (ADVIC) ขึ้นอยู่กับการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนาฯ

$ADVIC = f (TECN)$(3)

พฤติกรรมบริการ (BEHAV) ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการติดต่อฯ การชี้แจงให้คำปรึกษา
และการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนาฯ

$BEHAV = f (CONVE, ADVIC, TECN)$(4)

การให้บริการอย่างโปร่งใส (TRANS) ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการติดต่อฯ (CONVE) การชี้แจงให้
คำปรึกษาฯ และพฤติกรรมบริการ

$TRANS = f (CONVE, ADVIC, BEAV)$(5)

การนำเทคโนโลยีใช้พัฒนาฯ (TECHN) ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการติดต่อฯ และการให้บริการ
อย่างโปร่งใส

$$\text{TECHN} = f(\text{CONVE}, \text{TRAS}) \dots \dots \dots (6)$$

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แนวทางการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ควบคู่กันเพื่อช่วยส่งเสริมกันและกันให้ได้ข้อค้นพบ ผู้วิจัยได้ยึดหลักจริยธรรมสากลในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ มนุษย์ (Belmont Report) ประกอบด้วย 1) หลักความเคารพในบุคคล 2) หลักคุณประโยชน์ไม่ก่ออันตราย และ 3) หลักความยุติธรรม โดยได้ปฏิบัติทั้ง 3 หลักอย่างเคร่งครัด (Institutional Review Board Health Sciences and Minimal Risk Research IRBs, 2023)

ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 183.985 ตารางกิโลเมตร (ตามการแบ่งพื้นที่เขตการปกครอง ของกรุงเทพมหานคร) จำนวน 9 เขต ประกอบด้วย เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา เขตประเวศ (สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2566) อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบกองบังคับการตำรวจนครบาล 4 ที่ให้บริการและมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ตำรวจบนสถานีตำรวจ 8 แห่งที่สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 4 ประกอบด้วย สถานีตำรวจนครบาลหัวหมาก สถานีตำรวจนครบาลลาดพร้าว สถานีตำรวจนครบาลวังทองหลาง สถานีตำรวจ นครบาลบึงกุ่ม สถานีตำรวจนครบาลโชคชัย สถานีตำรวจนครบาลบางชัน สถานีตำรวจนครบาลประเวศ และ สถานีตำรวจนครบาลอุดมสุข (ประกาศสำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2550) โดยที่ประชาชนพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น 1,364,124 คน (กรุงเทพมหานคร, 2566) ใช้ตารางสำเร็จรูปประมาณในการกำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 (Yamane, T., 1973) รายละเอียด คำนวณได้ดังนี้ $1 + 1,364,124 \times 0.05^2 = 3411.31$ แล้วนำมาหาร 1,364,124 ได้เท่ากับ 399.88 ปัดเศษขึ้น ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้จำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เชิงปริมาณใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) โดยสุ่มหน่วยตัวอย่าง แรกขึ้นมาก่อน จากนั้นกำหนดช่วงห่างของการเลือกตัวอย่าง (ช่วงสุ่ม) แล้วคำนวณ “ตัววิ่ง” (Running Number: r) เลือกประชาชนในพื้นที่เขตอำนาจสถานีตำรวจ 50 คน จำนวน 8 แห่ง ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสม โดยกำหนดคุณลักษณะของหน่วยในประชากรที่สามารถสนทนาสื่อสารกับผู้วิจัยรู้เรื่อง อ่านและเขียนภาษาไทยได้ มีสติสัมปชัญญะตอบโต้ซักถามกรณีเกิดข้อสงสัยในแบบสอบถาม คัดเลือกยึดหลักสำคัญคือ เป็นประชาชนที่ เดินทางมาสถานีตำรวจและเพิ่งเสร็จสิ้นจากการรับบริการบนสถานีตำรวจ (Andrade, C., 2020) โดยผู้วิจัย เดินทางไปสถานีตำรวจที่เป็นพื้นที่เป้าหมายด้วยตนเองและพูดคุยอธิบายรายละเอียดของงานวิจัยพร้อม ขออนุญาต โดยผู้ให้ข้อมูลที่เป็นประชากรเป้าหมายทุกรายยินดียินดีสมัครใจ

เชิงคุณภาพใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อความเป็นตัวแทนของประชากรด้วยกลยุทธ์ตามโอกาสอำนวย ตามความสมัครใจของผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ของการเป็นประชากรเป้าหมายกล่าวคือ เป็นประชาชนที่ใช้บริการบนสถานีตำรวจนครบาล 4 ที่ประกอบด้วย สถานีตำรวจ 8 แห่ง และยินดีพร้อมให้ข้อมูลผ่านการสนทนากลุ่มด้วยความเต็มใจปราศจากการบังคับขู่เข็ญ หรือสร้างความกดดันใด (Foley, G. et al., 2021) ไม่กำหนดจำนวนประชากรมีลักษณะยึดหยุ่นปรับเปลี่ยน ตามเหมาะสม ยุติการเก็บข้อมูลเมื่อพิจารณาเห็นว่าข้อมูลเกิดการอิ่มตัวเชิงทฤษฎี (Theoretical Saturation) ไม่มีประเด็นใดใหม่กว่าข้อมูลที่มีอยู่เดิม

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 ความคิดเห็นประชาชนที่มีต่อการอำนวยความสะดวกในการติดต่อ การชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้บริการอย่างโปร่งใสไม่เรียกรับสินบน และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนา การให้บริการที่มีต่อความพอใจของประชาชน วัดระดับความพึงพอใจโดยใช้มาตรวัดเจตคติแบบลิเคิร์ต 5 ระดับไล่เรียงจากน้อยไปมาก และตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เช่น 1) ท่านพึงพอใจการให้บริการของ ตำรวจด้านใดบ้าง เพราะเหตุใด 2) ท่านคิดเห็นว่าการจราจรบน 4 ควรปรับปรุงการให้บริการประเด็นใดบ้าง 3) ท่านมีข้อเสนอแนะใดเกี่ยวกับการให้บริการของตำรวจนครบาล 4

เชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์สัมภาษณ์ (Smartphone) และบันทึกความจำ (Memos) รวมทั้งใช้ตัวผู้วิจัย อาศัยประสบการณ์ วิทยุคุณวุฒิ และความรับผิดชอบเป็นส่วนประกอบสำหรับการสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Observation) เป็นผู้สังเกตการณ์แบบเข้าร่วมเพื่อเก็บข้อมูลบริบทที่อาจได้ในช่วงกะทันหัน ไม่คาดคิด ได้ความต่างจากการซักถามผ่านการแสดงออกปฏิกิริยาของกลุ่มสนทนา (Creswell, J. W., 2014) เก็บข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีติดพื้นที่ (Grounded Theory) ยึดตามสภาพความจริงเป็นหลักตามแรงขับของข้อมูล และได้ยุติการเก็บข้อมูลเมื่อข้อมูลเกิดการอิ่มตัวเชิงทฤษฎีที่จำนวน 14 ราย ทั้งนี้แบบสัมภาษณ์ที่ได้เตรียมบัญชี ประเด็นการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าและพยายามเก็บตามประเด็นให้ครบถ้วน สมาร์ทโฟนที่นำไปใช้บันทึก เสียงและ/หรือภาพเคลื่อนไหว ตรวจสอบสภาพทั่วไปเพื่อให้เกิดความพร้อมเมื่อต้องการใช้ ส่วนบันทึกความจำ เลือกลงสมุดจดเล่มเล็กสามารถเก็บได้ติดตัวที่กระเป๋าสตางค์ด้านหน้าหรือกระเป๋ากางเกงจัดเตรียมควบคู่กับ ปากกา 2 ด้าม เพื่อใช้จดบันทึกข้อมูลคำสำคัญระหว่างสนทนาซักถามกับประชาชนที่ยินยอมด้วยใจสมัคร เต็มใจเข้าร่วมกิจกรรมปราศจากการบังคับขู่เข็ญใด (Sutton, J. and Austin, Z., 2015)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือก่อนนำมาใช้งาน

เชิงปริมาณ แบบสอบถามที่ทดลองภาคสนามผ่านการแก้ไขปรับปรุงทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง ใกล้เคียงกับประชากรเป้าหมายจำนวน 40 คน ก่อนนำไปใช้จริง ตรวจสอบความคงที่ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ใช้วิธีการทดสอบซ้ำโดยการนำไปวัดกับกลุ่มตัวอย่างครั้งที่หนึ่งแล้วเว้นระยะหนึ่งแล้วกลับไปวัดซ้ำ และผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นความคงตัว ตรวจสอบค่า Pearson's Product Moment Correlation ซึ่งแบบสอบถามได้ค่าเท่ากับ 0.68 อยู่ในระดับยอมรับได้

เชิงคุณภาพ แบบสัมภาษณ์ที่ใช้เก็บข้อมูล 1) ตรวจสอบข้อมูลมุ่งเน้นพิจารณาลักษณะของคำถาม โดยข้อคำถามแต่ละข้อต้องเป็นคำถามที่ดีคือ เป็นข้อความที่ผู้ตอบสามารถเข้าใจได้ง่าย เป็นข้อความที่ผู้ตอบสนใจ และสามารถตอบได้ เป็นข้อความง่าย ๆ ไม่มีคำปฏิเสธซ้ำในข้อเดียวกันที่ทำให้ผู้ตอบงง เป็นข้อความที่ผู้ตอบ ต้องคิดตอบในขณะนั้นไม่ใช่อาศัยคำตอบที่มีอยู่แล้วในสังคมมาตอบ ไม่เป็นข้อความที่สร้างความอึดอัดใจแก่ผู้ตอบ ไม่เป็นข้อความที่แสดงถึงความก้าวร้าว ไม่เป็นข้อความที่ชักนำผู้ตอบให้ตอบไปทางหนึ่งทางใด ไม่เป็นข้อความ ที่อาศัยคำพ้องเพ้อหรือกำกวมสับสนเป็นต้น 2) วางแผนโดยพิจารณาลักษณะของประชากรที่จะตอบ ลักษณะ เรื่องราวข้อมูลที่ต้องการเก็บ ความสั้นยาวของแบบสัมภาษณ์ ลักษณะการจัดลำดับข้อคำถาม รวมถึงสภาพแวดล้อม ในขณะที่ใช้สัมภาษณ์ (Knott, E. et al., 2022)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม สมาร์ทโฟน และ บันทึกความจำ และเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการประชาชนรวมทั้งการสร้างเครื่องมือโดยมีการศึกษาค้นคว้าและ รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ รวมถึงการสืบค้นจากฐานข้อมูลออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต

เชิงปริมาณ ผู้วิจัยเดินทางเข้าพื้นที่รับผิดชอบของกองบังคับการตำรวจนครบาล 4 พิกัดตรงกับ องค์ศาศตนิยม (DMM): 13.803177,100.686104 และ Plus Code ที่ RM3P+7CH กรุงเทพมหานคร

(Google Maps, 2567) ด้วยตนเองพร้อมผู้ช่วยวิจัย 2 คน เพื่อเก็บข้อมูลกับประชาชนที่เป็นประชากรเป้าหมาย มีคุณสมบัติตามที่กล่าวข้างต้นในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 กำหนดเข้าพื้นที่สนามทุกวันในช่วงเวลา 09.00 – 20.00 น. วางแผนเก็บข้อมูลได้เฉลี่ยวันละ 100 ราย ใช้เวลา 4 วัน สถานที่เก็บข้อมูลคือ สถานีตำรวจ 8 แห่ง ที่สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 4 การเก็บข้อมูลปฏิบัติโดยผู้วิจัยและผู้ช่วยเริ่มแนะนำตัวและรายละเอียดทั่วไปของงานวิจัย ทำการพูดคุยเบื้องต้นสังเกตพฤติกรรมออกปฏิกิริยา และเมื่อเห็นว่ามีคุณสมบัติครบตามกำหนดทั้งประชาชนเป้าหมายมีความเต็มใจ ผู้วิจัยและ/หรือผู้ช่วยจึงแจกแบบสอบถาม และรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่การให้ข้อมูลเสร็จสิ้น

เชิงคุณภาพ หลังเสร็จสิ้นกระบวนการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นัดหมายผู้ให้ข้อมูลมาประชุมร่วมกันที่ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าย่านเขตบางกะปิ คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลที่เคยร่วมปฏิบัติงานในฐานะคนนอกที่มีปฏิสัมพันธ์กับเป้าหมาย มีวุฒิและผ่านประสบการณ์ในประเด็นที่ศึกษาสูงเมื่อเทียบกับผู้วิจัย เข้าร่วมพูดคุยซักถามใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง เมื่อข้อมูลไม่มีประเด็นใดใหม่หรือคุยกันมีแต่เนื้อหาอื่นไม่เกี่ยวข้องประเด็นของงานจึงยุติสนทนากลุ่ม จากนั้นจึงกลับที่ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้โทรศัพท์บันทึกวีดีโอ สมุดบันทึกสนามจดหัวข้อสำคัญ และการสังเกตจดจำ นำไปใช้ประกอบวิเคราะห์ลำดับถัดไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง หาค่า Kolmogorov-Smirnov (K-S test) ตรวจสอบค่า e ว่าแจกแจงเช่นใด หาค่า Tolerance ตรวจสอบค่ายอมรับความต่าง หาค่า VIF (Variance Inflation Factors) ที่ต้องได้ค่าไม่เกิน 10 ตรวจสอบความเป็นเส้นตรงร่วมที่ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์สูงเกิน .75 (Multicollinearity) (Vörösmarty, G. and Dobos, L., 2020) ตรวจสอบ Tolerance ที่มีค่าไม่ต่ำกว่า .10 และ KMO ที่มีค่ามากกว่า .5 (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อวัดความเหมาะสมของข้อมูล (Shrestha, N., 2022) นำเสนอข้อมูลผ่านการใช้ตารางและสถิติพรรณนา เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ส่วนการวิเคราะห์อิทธิพลตัวแปรอิสระทั้ง 4 ที่มีต่อความพึงพอใจของประชาชน (ตัวแปรตาม) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 เลือกใช้เทคนิควิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลเช่นใด มีอิทธิพลทางตรงทางอ้อมและผลรวมหรือไม่ มากน้อยแค่ไหน และภาพรวมเป็นอย่างไร ทั้งนี้หลักการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 1) หลักการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เช่น การแปลผลได้ตาราง เลือกภาษาที่อ่านเข้าใจง่าย 2) หลักการแปลผลสถิติเชิงบรรยาย เช่น การแปลผลค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และ 3) หลักการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง เช่น การแปลผลความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลแปลผลอิทธิพลระหว่างตัวแปร เป็นต้น

เชิงคุณภาพ ใช้แนวทางการวิเคราะห์เชิงอุปนัย (Inductive Analysis) ทำการให้รหัสเริ่มจากเตรียมแฟ้มข้อมูลดิบ ศึกษารายละเอียดให้เกิดความคุ้นเคยกับข้อมูลและแยกประเด็นเนื้อเรื่องต่าง ๆ เพื่อได้แบบแผนความสัมพันธ์ (Patterns of Relationships) ผ่านกระบวนการทำซ้ำ การทบทวนและการเปรียบเทียบกรณีมีเชิงลบ (Vears, D. F. and Gillam, L., 2022) เหตุผลที่เลือกใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมก็เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่หลากหลายช่องทาง มีทางเลือกให้ใช้ประโยชน์จากช่องทางที่เพิ่มขึ้น รวมตลอดเพื่อใช้เกื้อกูลการตรวจสอบข้อมูลยืนยันความถูกต้องหรือเสริมความรู้แก่กัน

จากตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของมาตรวัดตัวแปรที่ใช้ศึกษาพบว่าในภาพรวมค่าอัลฟาครอนบาชอยู่ระหว่าง .721 – .922 อยู่ในระดับ (ค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไปผ่านเกณฑ์ ถึงเรียกว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น) โดยที่มาตรวัดการอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ .824 มาตรวัดการชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำมีค่าน้ำหนักรวม .754 มาตรวัดพฤติกรรมบริการของเจ้าหน้าที่มีค่าน้ำหนักรวม .831 มาตรวัดการให้บริการอย่างโปร่งใสมีค่าน้ำหนักรวม .748 มาตรวัดการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนาการให้บริการมีค่าน้ำหนักรวม .794 และมาตรวัดความพอใจของประชาชนมีค่าเท่ากับ .836

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของมาตรวัดตัวแปร

ตัวแปร	ตัวแปรประกอบ	ค่า Cronbach's Alpha
การอำนวยความสะดวกในการติดต่อ	ไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการรับบริการ	.844
	ประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจขั้นตอนให้บริการ	.817
	สร้างแนวปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน	.787
	มีช่องทางการรับบริการที่หลากหลาย	.844
	รวมงานบริการจุดเดียว One Stop Service	.922
การชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ	ให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	.766
	จัดตั้งแอดมินเพจ	.731
	จัดตั้งศูนย์บริการด้านข้อมูล E-Service	.789
	มีเจ้าหน้าที่สถานีประจำจุด	.824
	ประชาสัมพันธ์ผ่าน InfoGraphic	.748
พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่	ปฏิบัติหน้าที่อย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ	.856
	กิริยาจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส	.877
	แสดงออกถึงความเอาใจใส่	.871
	ตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัยได้ชัดเจน	.823
	มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ	.854
การให้บริการอย่างโปร่งใส	ประเมินการรับรู้รับบริการผู้มีส่วนได้เสีย	.786
	เผยแพร่พันธะสัญญา	.748
	เปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ Open Data	.825
	มีนโยบายต่อต้านการรับสินบน	.764
	นโยบายไม่รับของขวัญของกำนัลทุกชนิด	.721
การนำเทคโนโลยีใช้พัฒนาการให้บริการ	ปรับปรุงแผนผังกล้อง CCTV Map	.819
	การเชื่อมโยงแบ่งปันข้อมูลรูปแบบดิจิทัล	.822
	พัฒนาระบบตรวจสอบ/แจ้งความคืบหน้า	.791
	ทำแบบประเมินในรูปแบบ QR Code	.744
	สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลภาครัฐใช้งานร่วม	.783
ความพึงพอใจของประชาชน		.836

ผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลพบว่าในภาพรวมประชาชนมากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.20) อายุระหว่าง 41 - 60 ปี (ร้อยละ 45.40) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47.00) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 49.00) อาชีพพ่อค้าแม่ค้า (ร้อยละ 24.50) รายได้ต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท (ร้อยละ 31.00) การรับบริการที่สถานีตำรวจไม่ค่อยบ่อย (ร้อยละ 48.80) และประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล 4 ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 63.10/ ร้อยละของระดับความพึงพอใจเฉลี่ยของผู้ตอบทั้งหมดในแต่ละข้อคำถาม) ส่วนรายละเอียดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการจากตำรวจนครบาล 4 ปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การประเมินความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการจากตำรวจนครบาล 4 (N = 400)

รายการที่ใช้วัด	ระดับความพึงพอใจ			
	ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ร้อยละของระดับคะแนน (%)	แปลความหมาย
การอำนวยความสะดวกในการติดต่อ	2.82	0.51	56.44	ปานกลาง
ไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการรับบริการ	2.96	0.67	59.20	ปานกลาง
ประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจขั้นตอนให้บริการ	2.71	0.39	54.20	ปานกลาง
สร้างแนวปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน	2.60	0.61	52.00	น้อย
มีช่องทางการบริการที่หลากหลาย	2.77	0.72	55.40	ปานกลาง
รวมงานบริการจุดเดียว One Stop Service	3.07	0.59	61.40	ปานกลาง
การชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ	2.96	0.37	59.16	ปานกลาง
ให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	3.18	0.76	63.60	ปานกลาง
จัดตั้งแอดมินเพจ	2.62	0.36	52.40	ปานกลาง
จัดตั้งศูนย์บริการด้านข้อมูล E-Service	2.88	0.43	57.60	ปานกลาง
มีเจ้าหน้าที่สถานีประจำจุด	3.42	0.74	68.40	มาก
ประชาสัมพันธ์ผ่าน InfoGraphic	2.69	0.66	53.80	ปานกลาง
พฤติกรรมการใช้บริการของเจ้าหน้าที่	2.99	0.78	59.80	ปานกลาง
ปฏิบัติหน้าที่อย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ	3.31	0.41	66.20	ปานกลาง
กิริยาจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.56	0.92	71.20	มาก
แสดงออกถึงความเอาใจใส่	2.57	0.77	51.40	น้อย
ตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัยได้ชัดเจน	2.89	0.71	57.80	ปานกลาง
มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ	2.62	0.68	52.40	ปานกลาง
การให้บริการอย่างโปร่งใส	2.93	0.56	58.68	ปานกลาง
ประเมินการรับรู้บริการผู้มีส่วนได้เสีย	3.11	1.07	62.20	ปานกลาง
เผยแพร่พันธะสัญญา	2.59	0.41	51.80	ปานกลาง
เปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ Open Data	2.82	0.66	56.40	ปานกลาง
มีนโยบายต่อต้านการรับสินบน	2.67	0.79	53.40	น้อย
นโยบายไม่รับของขวัญของกำนัลทุกชนิด	3.48	0.89	69.60	มาก
การนำเทคโนโลยีใช้พัฒนาการให้บริการ	2.79	0.58	55.72	ปานกลาง
ปรับปรุงแผนผังกล้อง CCTV Map	2.78	0.84	55.60	ปานกลาง
การเชื่อมโยงแบ่งปันข้อมูลรูปแบบดิจิทัล	2.69	0.36	53.80	ปานกลาง
พัฒนาระบบตรวจสอบ/แจ้งความคืบหน้า	2.99	0.77	59.80	ปานกลาง
ทำแบบประเมินในรูป QR Code	2.66	0.71	53.20	ปานกลาง
สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลภาครัฐใช้งานรวม	2.81	0.69	56.20	ปานกลาง
ภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล 4	6.31	0.64	63.10	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการจากตำรวจนครบาล 4 ที่สถานีตำรวจพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล 4 อยู่ระดับปานกลาง (ร้อยละ 63.10) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านการอำนวยความสะดวกในการติดต่อมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เว้นแต่การสร้างแนวปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันที่ประชาชนส่วนใหญ่พึงพอใจน้อย (ร้อยละ 52.00) ด้านการชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เว้นแต่มีเจ้าหน้าที่

สถานีประจำจุดที่ประชาชนส่วนใหญ่พึงพอใจมาก (ร้อยละ 68.40) ด้านพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เว้นแต่การมีกิริยาจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใสที่พึงพอใจระดับมาก (ร้อยละ 71.20) และการแสดงออกถึงความเอาใจใส่ที่พึงพอใจน้อย (ร้อยละ 51.40) ด้านการให้บริการอย่างโปร่งใสมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เว้นแต่นโยบายไม่รับของขวัญของกำนัลทุกชนิดที่ประชาชนส่วนใหญ่พึงพอใจมาก (ร้อยละ 69.60) และมีนโยบายต่อต้านการรับสินบนที่พึงพอใจน้อย (ร้อยละ 53.40) และด้านการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนาการให้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยที่การพัฒนากระบวนการตรวจสอบ/แจ้งความคืบหน้ามีความพึงพอใจระดับปานกลางในลำดับแรก (ร้อยละ 59.80) ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการทำแบบประเมินในรูปแบบ QR Code ที่มีความพึงพอใจระดับปานกลางในลำดับท้าย (ร้อยละ 53.20)

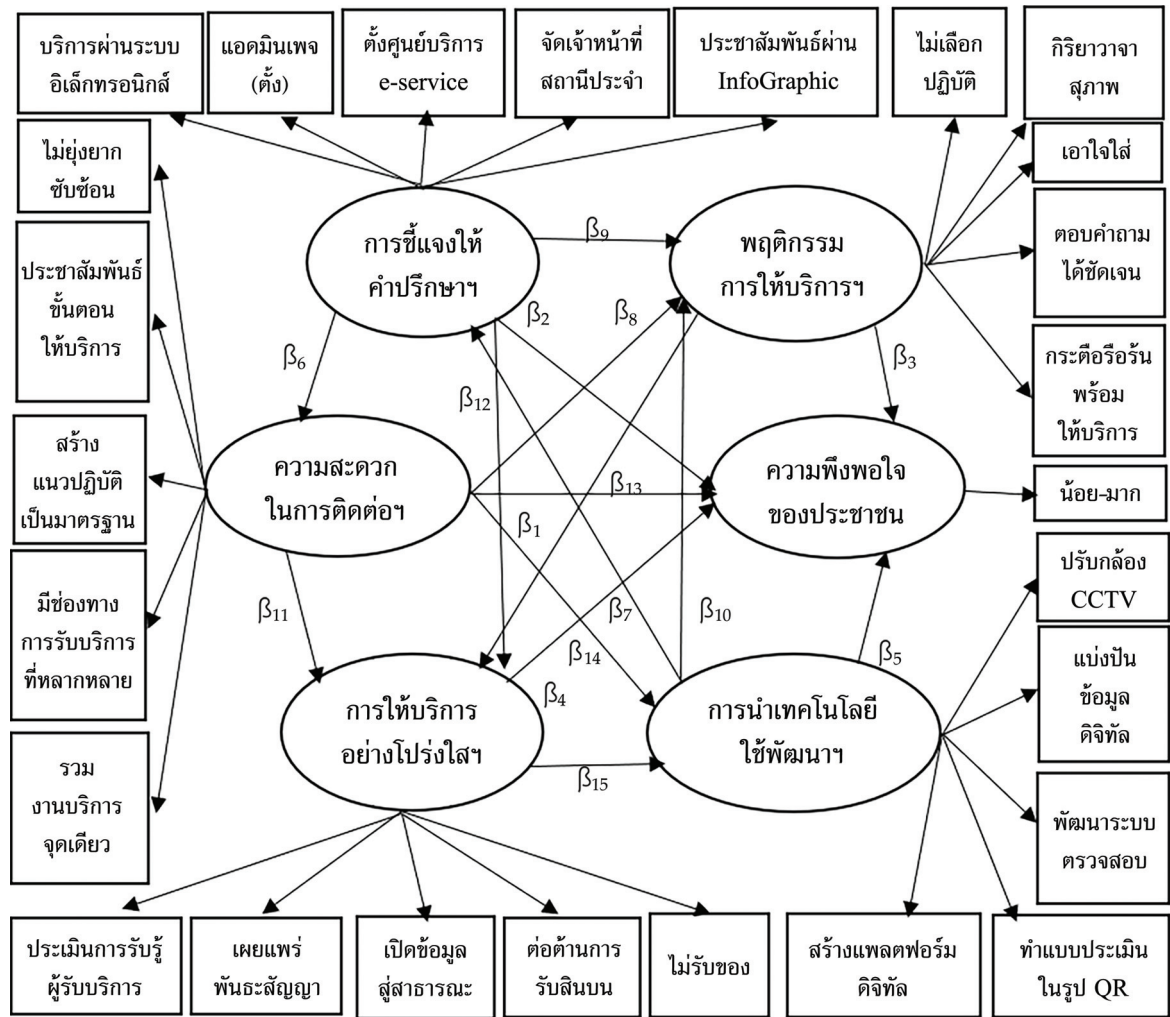
ในส่วนผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สันทนา กลุ่ม บัณฑิตศึกษา จำ สมารท์โฟน ประเด็นความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล 4 สรุปสาระได้ความว่าพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีอิทธิพลต่อความพอใจของประชาชนมากที่สุด โดยประชาชนส่วนใหญ่ต้องการให้เจ้าหน้าที่แสดงโดยใช้กิริยาจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใสมากเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ แสดงออกถึงความเอาใจใส่ด้วยความเป็นมิตร มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ แสดงออกถึงความเอาใจใส่ และปฏิบัติหน้าที่อย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติตามลำดับ ซึ่งภาพรวมการให้บริการประชาชนของตำรวจนครบาล 4 พบว่าปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีความคาดหวังให้ตำรวจเป็นมิตรใกล้ชิดกับประชาชน และเต็มใจให้บริการ

ตารางที่ 4 ค่าความสัมพันธ์ทวิระหว่างตัวแปรและสถิติพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ศึกษา (N = 400)

ตัวแปร	PUBSA	CONVE	ADVIC	BEHAV	TRANS	TECHN
PUBSA	1.00	0.47	0.51	0.19	0.33	0.39
CONVE		1.00	0.34	0.61	0.46	0.54
ADVIC			1.00	0.53	0.37	0.58
BEHAV				1.00	0.44	0.26
TRANS					1.00	0.59
TECHN						1.00
Tolerances	-	0.67	0.92	0.77	0.71	0.63
VIF	-	1.31	3.17	3.24	2.22	1.36
K-S Test	1.37	1.24	1.17	1.22	1.31	1.26
ค่าสูงสุด	10	5	5	5	5	5
ค่าเฉลี่ย	6.31	2.82	2.96	2.99	2.93	2.79
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.64	0.51	0.37	0.78	0.56	0.58
ค่าความเบ้	0.81	1.14	0.88	0.66	0.41	0.63
ค่าความโด่ง	0.17	0.89	0.63	-0.33	0.44	0.18

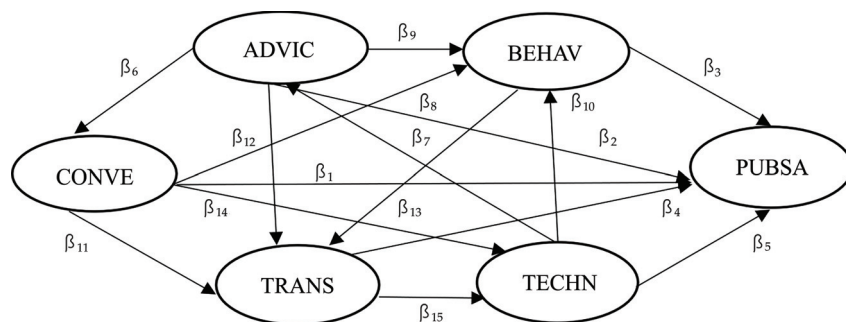
หมายเหตุ: Kaiser-Meyer Olkin = 0.786 และค่าต่ำสุดทุกรายการ = 1

จากตารางที่ 4 ตรวจสอบการละเมิดข้อสมมติโดยตรวจการกระจายปกติตัวแปรเดียว ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์สูงพบว่าการกระจายปกติไม่เกิน .75 ทุกตัว พิจารณาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่งและค่า K-S test พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีการกระจายปกติ เมื่อทดสอบ linearity พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับความพึงพอใจของประชาชน (F test = 1.881 มีนัยสำคัญทางสถิติ) ส่วนค่า VIF ปกติมีค่าไม่เกิน 10 และ Tolerance ไม่ต่ำกว่า .10 ไม่มีปัญหา และค่า KMO มากกว่า .5 อยู่ในเกณฑ์ปกติไม่ละเมิดข้อสมมติแต่อย่างใด (Shrestha, N., 2022) เมื่อตรวจสอบแล้วข้อมูลไม่มีการละเมิดข้อสมมติ จึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูล



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

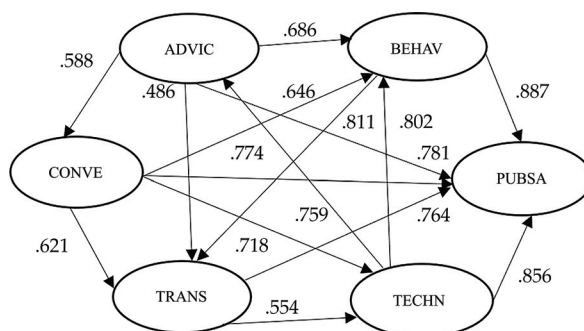
จากรูปที่ 1 แสดงตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ในงานวิจัยที่มีตัวแปรทั้งสิ้น 6 ตัว ประกอบด้วย ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของประชาชน และตัวแปรอิสระอีก 5 ตัว ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อฯ การชี้แจงให้คำปรึกษา พฤติกรรมการให้บริการฯ การให้บริการอย่างโปร่งใส และการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา โดยในงานวิจัยนี้มีเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ 15 เส้นทางปรากฏตามรูปที่ 2



รูปที่ 2 เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

จากรูปที่ 2 พบว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 6 ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจของประชาชน (PUBSA) ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการติดต่อฯ (B1) การชี้แจงให้คำปรึกษา (B2) พฤติกรรมการให้บริการฯ (B3)

การให้บริการอย่างโปร่งใส (B4) และการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (B5) 2) ความสะดวกในการติดต่อ (CONVE) ขึ้นอยู่กับการชี้แจงให้คำปรึกษา (B6) 3) การชี้แจงให้คำปรึกษา (ADVIC) ขึ้นอยู่กับการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (B7) 4) พฤติกรรมการให้บริการ (BEHAV) ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการติดต่อ (B8) การชี้แจงให้คำปรึกษา (B9) และการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (B10) 5) การให้บริการอย่างโปร่งใส (TRANS) ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการติดต่อ (B11) การชี้แจงให้คำปรึกษา (B12) และพฤติกรรมการให้บริการ (B13) และ 6) การนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (TECHN) ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการติดต่อ (B14) และการให้บริการอย่างโปร่งใส (B15) และเมื่อทำการหาค่าสัมประสิทธิ์เพื่อวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ปรากฏผลตามรูปที่ 3



รูปที่ 3 แบบจำลองหลังการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ (ค่าสัมประสิทธิ์)

จากรูปที่ 3 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในงานวิจัยมีทั้งสิ้น 15 เส้นทาง (ตามเส้นลูกศร) ทุกเส้นทางมีความสัมพันธ์เชิงบวก ในภาพรวมค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองอยู่ระหว่าง .554 - .887 โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร BEHAV - PUBSA มีค่าสัมประสิทธิ์สูงที่สุด (.887) ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร TRANS - TECHN ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ต่ำที่สุด (.554)

ตารางที่ 5 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และผลรวมของตัวแปรที่มีต่อความพึงพอใจของประชาชน (N = 405)

อิทธิพลของตัวแปร	ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล		
	ทางตรง	ทางอ้อม	ผลรวม
ความสะดวกในการติดต่อ (CONVE)	0.774	1.482	2.256
การชี้แจงให้คำปรึกษา (ADVIC)	0.781	1.012	1.781
พฤติกรรมการให้บริการ (BEHAV)	0.887	0.384	1.271
การให้บริการอย่างโปร่งใส (TRANS)	0.764	0.474	1.238
การนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (TECHN)	0.856	1.148	2.004

หมายเหตุ: 1) อิทธิพลทางอ้อมความสะดวกในการติดต่อ (CONVE) ได้จาก $(0.621 \times 0.554 \times 0.856) + (0.718 \times 0.856) + (0.646 \times 0.887) = 1.482$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $0.774 + 1.482 = 2.256$
2) อิทธิพลทางอ้อมการชี้แจงให้คำปรึกษา (ADVIC) ได้จาก $(0.588 \times 0.621 \times 0.554 \times 0.856) + (0.486 \times 0.554 \times 0.856) + (0.686 \times 0.887) = 1.012$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $0.781 + 1.012 = 1.781$
3) อิทธิพลทางอ้อมพฤติกรรมการให้บริการ (BEHAV) ได้จาก $(0.811 \times 0.554 \times 0.856) = 0.384$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $0.887 + 0.384 = 1.271$
4) อิทธิพลทางอ้อมการให้บริการอย่างโปร่งใส (TRANS) ได้จาก $(0.554 \times 0.856) = 0.474$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $0.764 + 0.474 = 1.238$
5) อิทธิพลทางอ้อมการนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (TECHN) ได้จาก $(0.719 \times 0.686 \times 0.887) + (0.802 \times 0.887) = 1.148$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $0.856 + 1.148 = 2.004$

จากตารางที่ 5 พบว่าพฤติกรรมการให้บริการ (BEHAV) มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการมากที่สุด (0.887) รองลงมาได้เรียง 2 ลำดับ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (TECHN) และการชี้แจงให้คำปรึกษา (ADVIC) ตามลำดับ ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดคือ ความสะดวกในการติดต่อ (CONVE) (1.482) รองลงมาได้เรียง 2 ลำดับ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (TECHN) และการชี้แจงให้คำปรึกษา (ADVIC) และตัวแปรที่มีอิทธิพลผลรวมมากที่สุด คือ ความสะดวกในการติดต่อ (CONVE) (2.256) รองลงมาได้เรียง 2 ลำดับ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีใช้พัฒนา (TECHN) และการชี้แจงให้คำปรึกษา (ADVIC) ทั้งนี้สามารถสรุปสาระได้ว่าพฤติกรรมการให้บริการ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของประชาชน ส่วนความสะดวกในการติดต่อ มีอิทธิพลทั้งเชิงอ้อมและผลรวมมากที่สุดต่อความพึงพอใจของประชาชน

การปฏิบัติหน้าที่อย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติที่เป็นตัวประกอบของพฤติกรรมการให้บริการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการให้บริการประชาชนเนื่องจากเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของตำรวจตามประมวลจริยธรรมข้าราชการตำรวจ พ.ศ. 2564 ข้อ 6 ระบุว่าปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเที่ยงธรรมปราศจากอคติโดยยึดถือความเสมอภาคและไม่เลือกปฏิบัติ (ประมวลจริยธรรมข้าราชการตำรวจ พ.ศ. 2564, 2564; จิตติญา และคณะ, 2564) ได้ข้อสรุปในงานว่าการให้บริการที่เท่าเทียมกัน เสมอภาค บริการที่เหมาะสมให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายโดยไม่ลำเอียงเป็นปัจจัยสำคัญส่งผลให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชน ส่วนประเด็นการตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัยได้ชัดเจนเป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้ให้บริการเป็นหนึ่งในตัวประกอบของพฤติกรรมการให้บริการ ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการให้บริการประชาชนนั้น การตอบคำถามให้ตรงประเด็นหรือตรงกับสิ่งที่ถูกถามเป็นสิ่งสำคัญทำให้เกิดความชัดเจน นักการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศต่างได้ข้อสรุปในงานสอดคล้องกันว่าตัวบ่งชี้ความคิดสร้างสรรค์มีความเกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญกับการตอบคำถามได้มีเหตุผล (สกุรัตน์, 2561; Acar, S. et al., 2023) และการมีช่องทางการรับบริการที่หลากหลายเป็นประเด็นที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติตระหนักถึงความสำคัญโดยได้ขยายและเพิ่มช่องทางการให้บริการอย่างทั่วถึง เช่น การรับแจ้งเหตุผ่านทางสื่อสารสนเทศ จดรับแจ้งเหตุเคลื่อนที่ การนัดหมายแจ้งความออนไลน์ (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2566) แต่ประชาชนยังคงเรียกร้องหลากหลายมุมมอง เช่น ควรเพิ่มให้คุณภาพการบริการที่ดียิ่งขึ้น มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่เพื่องานประชาสัมพันธ์ในแต่ละจุดบริการควบคู่กับขยายช่องทางในการบริการประชาชนเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว ไม่เสียเวลานาน (เยาวธิดา และรัชดา, 2565) ประเด็นปัญหาที่ประชาชนไม่พึงพอใจมากที่สุดคือ การจ่ายค่าปรับไม่ทันสมัย ควรมีการจ่ายปรับผ่านเทคโนโลยี เช่น การจ่ายค่าปรับผ่าน Application (สุดาภรณ์ และคณะ, 2565) โดยการให้บริการด้านการเพิ่มช่องทางการให้บริการเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้มาใช้บริการในสถานที่หรือเพิ่มช่องทางในระบบออนไลน์ที่ปัจจุบันคนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่ายใกล้ตัวผ่านโทรศัพท์ส่วนบุคคล สะดวกต่อการไม่ต้องออกจากที่พักเดินทางไปสถานที่ให้บริการ ความเป็นปัจจุบันเป็นที่ยอมรับที่นานานประเทศปฏิบัติกันในระดับสากล ประเด็นเหล่านี้ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชน (ระวี, 2562) โดยในปัจจุบันสถานีตำรวจนครบาลทั้ง 8 แห่งที่สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 4 ปฏิบัติได้สอดคล้องในประเด็นเพิ่มช่องทางโดยติดตั้งช่องทางผ่านการสอบถามข้อมูลผ่านฝ่ายประชาสัมพันธ์ @ไอดีไลน์ Facebook Twitter ของสถานี รวมถึงระบบตอบกลับอัตโนมัติ (สถานีตำรวจนครบาลบึงกุ่ม, 2566; สถานีตำรวจนครบาลลาดพร้าว, 2566; สถานีตำรวจนครบาลวังทองหลาง, 2566) ทั้งนี้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ผ่านการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างสรุปสาระสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณว่าพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่มีอิทธิพลต่อความพอใจของประชาชนมากที่สุด โดยประชาชนส่วนใหญ่ต้องการให้เจ้าหน้าที่แสดงโดยใช้กริยาวาจาที่สุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใสมากเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ แสดงออกถึงความเอาใจใส่ด้วยความเป็นมิตร มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ แสดงออกถึงความเอาใจใส่ และปฏิบัติหน้าที่อย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งภาพรวมการให้บริการประชาชนของตำรวจนครบาล 4 พบว่าปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และมีข้อคิดเห็นว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจควรมีการนำเทคโนโลยีเพื่อใช้พัฒนาการให้บริการ

เมื่อเป็นเช่นนี้การให้บริการประชาชนของตำรวจนครบาล 4 จำต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในด้านพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และการอำนวยความสะดวกในการติดต่อ ซึ่งเป็นเรื่องของการแสดงออกด้านบริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจโดยตรงที่จำต้องมุ่งให้ความสำคัญต่อการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนเป็นสำคัญด้วยการปฏิบัติหน้าที่อย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ กิริยาวาจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส ตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัยได้ชัดเจน มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการแสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อประชาชนที่ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่จำเป็นต้องปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น โดยการแสดงออกถึงความเอาใจใส่ในที่นี้หมายถึงการให้ความสนใจและเข้าใจในความต้องการของประชาชนในฐานะผู้รับบริการอย่างเอาใจใส่และถือผลประโยชน์ของประชาชนผู้รับบริการเป็นสำคัญ (Shrestha, P. M., 2021; Lemon, K. N. and Verhoef, P. C., 2016) อันเป็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการประชาชนของตำรวจนครบาล 4

สรุปผลการวิจัย

ข้อค้นพบที่ได้จากงานเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 สรุปสาระความว่าในภาพรวมประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล 4 ระดับปานกลาง รายละเอียดพบว่าประชาชนส่วนใหญ่พึงพอใจมากที่สุดต่อ 1) มีช่องทางการรับบริการที่หลากหลาย (ด้านการอำนวยความสะดวกในการติดต่อ) 2) มีเจ้าหน้าที่สถานีประจำจุด (ด้านการชี้แจงให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ) 3) กิริยาวาจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส (ด้านพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่) 4) เปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ (ด้านการให้บริการอย่างโปร่งใส) และข้อค้นพบที่ได้จากงานเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 สรุปสาระได้ว่าพฤติกรรมการให้บริการ มีอิทธิพลทางตรงต่อการให้บริการประชาชนมากที่สุด ส่วนความสะดวกในการติดต่อ มีอิทธิพลทั้งทางอ้อมและผลรวมมากที่สุดต่อการให้บริการประชาชนของตำรวจนครบาล 4

References

- กรุงเทพมหานคร. (2566). สถิติด้านสังคม: จำนวนประชากรและความหนาแน่นในเขตกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อ (8 มกราคม 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/23329>)
- จรัส ธรรมธรรักษ์. (2563). การประเมินผลการดำเนินการโครงการสถานีตำรวจลำสมัย บูรณาการงานในกระบวนการยุติธรรมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้านงานสอบสวน. วารสารวิชาการอาชีวศึกษาและนิติวิทยาศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ. ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 หน้า 149-166
- จิตติชญา มีพร, วาสนา แก้วไธสง, สถาพร วิชัยรัมย์, ธนภัทร จงมีสุข และภัทรพล ทศมาศ. (2564). ความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ต่อภาพลักษณ์ของตำรวจจราจร: ศึกษากรณีสถานีตำรวจภูธรตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ. ปีที่ 1 ฉบับที่ 5 หน้า 37-46
- ณัฐพล เวชกิจ. (2565). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจร ในพื้นที่สถานีตำรวจภูธรแก่งคอย จังหวัดสระบุรี. วารสารพุทธมณฑล. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 หน้า 211-221
- ทศพร สายปัญญา. (2563). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีตำรวจนครบาลบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาด้านการสร้างความมั่นใจ ให้แก่ผู้รับบริการ. วารสารอาชีวกรรมและความปลอดภัย. ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 หน้า 17-26
- นรเศรษฐ์ เจียมจิโรจน์. (2563). คุณภาพในการให้บริการของตำรวจนครบาล สน.ท่าเรือ. วารสาร มจรพุทธปัญญาปริทรรศน์. ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 หน้า 24-33
- บุรินทร์ ศรีสุรางค์ และจอมเดช ศรีเมฆ. (2564). ปัญหาและอุปสรรคการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจสายตรวจสถานีตำรวจนครบาลราชบุรีบูรณะ. วารสารอาชีวศึกษาและสังคมศาสตร์. ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 หน้า 55-68

- ประกาศสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เรื่อง การกำหนดหน่วยงานและเขตอำนาจศาลหรือเขตปกครองของหน่วยงานของรัฐ. (2550, 26 กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา. ตอนที่ 124 (ตอนพิเศษ 139ง) หน้า 1-265
- ประมวลจริยธรรมข้าราชการตำรวจ พ.ศ. 2564. (2564, 1, กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา. ตอนที่ 138 (ตอนพิเศษ 204 ง.) หน้า 51-92
- ภคพร ศรีวิสัย. (2563). ความคิดเห็นของประชาชนต่อภาพลักษณ์การปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรเมืองพิษณุโลก. เข้าถึงเมื่อ (11 มกราคม 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2020/08/MPA-2019-IS-Peoples-Opinion-on-the-Image-of-the-Police-Performancecompressed.pdf>)
- เยาวธิดา สุริจกหงส์ และรัชดา ภักดียิ่ง. (2565). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการร้อยแก่นสาร. ปีที่ 7 ฉบับที่ 11 หน้า 1-16
- ระวี หนูสี. (2562). การบริหารการปฏิบัติงานของตำรวจตรวจคนเข้าเมือง กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 6. วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 หน้า 766-779
- วัชรพงษ์ พินิตอรัง. (2564). การบริหารการประชาสัมพันธ์ในงานตำรวจ. วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ. ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 หน้า 359-369
- วิรุฬห์ ศุภสิงห์ศิริปรีชา. (2565). แนวทางพัฒนาการทำงานของศูนย์พึ่งได้ โรงพยาบาลตำรวจ เพื่อป้องกันแก้ไขปัญหาคาความรุนแรงในครอบครัว. วารสารอาชีววิทยาและสังคมศาสตร์. ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 หน้า 37-50
- เศรษฐพัล ธเนษฐ์ภักศพงษ์. (2562). ประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกองบัญชาการตำรวจนครบาล. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
- สกุลรัตน์ แจ่มทิพย์. (2561). การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจนครบาล. วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุดาภรณ์ อรุณดี, วรรณวิภา ไตรลังคะ, มนลธิชา โพธิสุข, ญัฐพันธ์ คู่ชิง และวิยะดา วรานนท์วนิช. (2565). การบริการภาครัฐแนวใหม่ กรณีศึกษา: การให้บริการประชาชน (One Stop Service) บนสถานีตำรวจนครบาล. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 หน้า 31-43
- สถานีตำรวจนครบาลบึงกุ่ม. (2566). รายงานผลการดำเนินงาน แผนพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ: การพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานประสิทธิภาพการสื่อสารและการปรับปรุงระบบการทำงานภายใต้การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ. เข้าถึงเมื่อ (11 มกราคม 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://bungkum.Metro.police.go.th/ita-standards/informations/ita010/>)
- สถานีตำรวจนครบาลลาดพร้าว. (2566). รายงานผลการดำเนินงาน แผนพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ: การพัฒนาคุณภาพการดำเนินงาน ประสิทธิภาพการสื่อสารและการปรับปรุงระบบการทำงานภายใต้การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ. เข้าถึงเมื่อ (11 มกราคม 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://latphrao.metro.police.go.th/26-files01-2DOC>)
- สถานีตำรวจนครบาลวังทองหลาง. (2566). คู่มือประชาชน. เข้าถึงเมื่อ (11 มกราคม 2567). เข้าถึงได้จาก (https://wangthonglang.metro.police.go.th/o9คู่มือให้บริการประชาชน/?page_id=4175)
- สำนักงานจเรตำรวจ. (2566). แบบตรวจราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ใช้สำหรับการตรวจราชการหน่วยงานระดับ สน./สภ.). เข้าถึงเมื่อ (10 มกราคม 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://jaray.police.go.th/2022/wpcontent/uploads/2023/04/1.1-%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%97%E0.pdf>)
- สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. (2566). การแบ่งพื้นที่เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อ (9 มกราคม 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://office2.bangkok.go.th/ard/?page>)

- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2566). แผนปฏิบัติการสำนักงานตำรวจแห่งชาติราย 5 ปี พ.ศ. 2566 - 2570. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ตำรวจ
- สำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานคร. (2565). สรุปจำนวนชุมชน ประชากร ครอบครัว และหลังคาเรือนของชุมชน. เข้าถึงเมื่อ (8 มกราคม 2567). เข้าถึงได้จาก (<https://commu.bangkok.go.th/stat>)
- อำนาจ พวงสวัสดิ์ และสุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ. (2565). ความพึงพอใจการใช้บริการของประชาชนต่อสถานีตำรวจภูธรเขાบางแกระก ตำบลเขาบางแกระก อำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์. ปีที่ 5 ฉบับที่ 5 หน้า 47-56
- Acar, S., Berthiaume, K., and Johnson, R. (2023). What Kind of Questions Do Creative People Ask?. **Journal of Creativity**. Vol. 33 Issue 3 DOI: 10.1016/j.yjoc.2023.100062
- Andrade, C. (2020). **The Inconvenient Truth about Convenience and Purposive Samples**. Access (10 January 2024). Available (<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.3717620977000>)
- Brown, J. and Silvestrib, M. (2020). A Police Service in Transformation: Implications for Women Police Officers. **Police Practice and Research An International Journal**. Vol. 21 Issue 5 pp. 459-475. DOI: 10.1080/15614263.2019.1611206
- Creswell, J. W. (2014). **Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches**. Thousand Oaks: Sage Publications
- Foley, G., Timonen, V., and O'Dare, C. E. (2021). Interviewing as a Vehicle for Theoretical Sampling in Grounded Theory. **International Journal of Qualitative Methods**. Vol. 20 pp. 1-10. DOI: 10.1177/1609406920980957
- Google Maps. (2567). **DMM Arcminte and Plus Code: Metropolitan police 4**. Access (12 January 2024). Available (<https://maps.app.goo.gl/AbtGNPpTFAJwcLHh9>)
- Hoang Anh, D. and Nguyen Thanh, H. (2022). Service Quality and Customer Satisfaction in the Banking Industry: An Empirical Study in Vietnam. **Journal of the Academy of Business and Emerging Markets**. Vol. 2 No. 2 pp. 15-26. DOI: 10.5281/zenodo.7089690
- Institutional Review Board Health Sciences and Minimal Risk Research IRBs. (2023). **Belmont Report**. Wisconsin: University of Wisconsin-Madison Press
- Katz, G. L. (2022). A Guide to More Effective Police-Community Relations Through Media, Personal Engagement, and Collaborative Events. **US-China Law Review**. Vol. 19 No. 8 pp. 344-354. DOI: 10.17265/1548-6605/2022.08.002
- Kitsios, F. C. and Kamariotou, M. (2020). Mapping New Service Development: A Review and Synthesis of Literature. **The Service Industries Journal**. Vol. 40 Issue 9-10 pp. 682-704. DOI: 10.1080/02642069.2018.1561876
- Knott, E., Rao, A. H., Summers, K., and Teeger, C. (2022). Interviews in the Social Sciences. **Nature Reviews Methods Primers**. Vol. 2 Article No. 73. DOI: 10.1038/s43586-022-00150-6
- Koper, C. S., Lum, C., Wu, X., and Fritz, N. (2020). Proactive Policing in the United States: A National Survey. **Policing: An International Journal**. Vol. 12 No. 4 pp. 87-92. DOI: 10.1108/PIJPSM-06-2020-0086
- Lemon, K. N. and Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. **Journal of Marketing**. Vol. 80 Issue 6 pp. 69-96. DOI: 10.1509/jm.15.0420
- Livingstone, R. M. (2022). Public Relations and Public Service: Police Departments on Facebook. **Policing and Society**. Vol. 32 pp. 117-131. DOI: 10.1080/10439463.2021.1941012

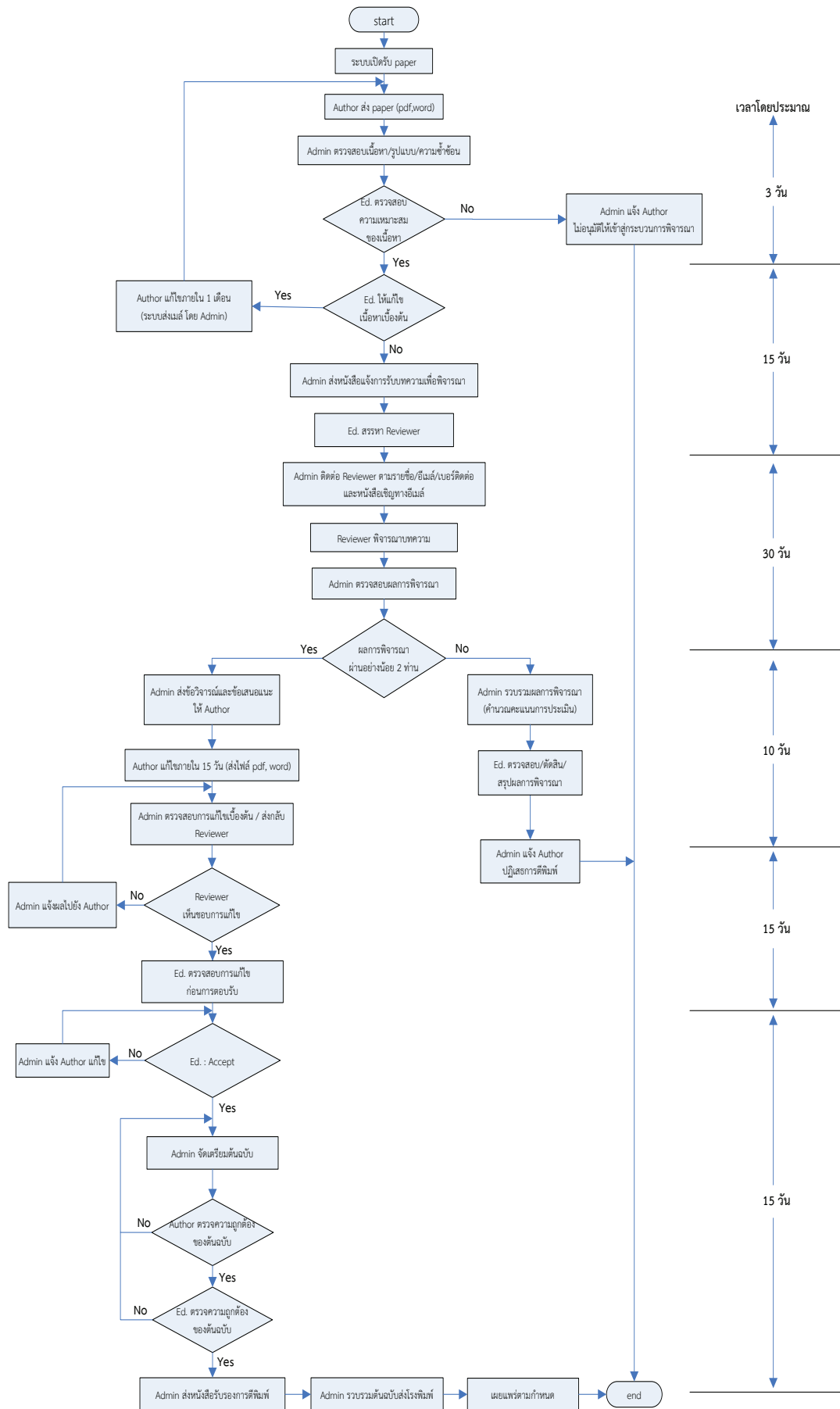
- Minehan, M. J. (2023). "Stay Away from the Park": A Case for Police-Issued Personal Safety Advice for Women. **Ethical Theory and Moral Practice**. Vol. 27 pp. 147-164. DOI: 10.1007/s10677-023-10413-0
- Sahapattana, P. and Cheurprakobkit, S. (2019). The Police Station Service Quality: A Comparative Study of the Areas in the South of Thailand. **Journal of Ethnicity in Criminal Justice**. Vol. 17 Issue 4 pp. 361-378. DOI: 10.1080/15377938.2019.1652949
- Rogers, C., Pepper, L., and Skilling, L. (2022). Evidence-Based Policing for Crime Prevention in England and Wales: Perception and Use by New Police Recruits. **Crime Prevention and Community Safety**. Vol. 24 pp. 328-341. DOI: 10.1057/s41300-022-00158-w
- Shrestha, N. (2022). Factor Analysis as a Tool for Survey Analysis. **American Journal of Applied Mathematics and Statistics**. Vol. 9 Issue 1 pp. 4-11. DOI: 10.12691/ajams-9-1-2
- Shrestha, P. M. (2021). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. **Management Dynamics**. Vol. 24 No. 2 pp. 71-80
- Sutton, J. and Austin, Z. (2015). Qualitative Research: Data Collection, Analysis, and Management. **Can J Hosp Pharm**. Vol. 68 No. 3 pp. 226-231. DOI: 10.4212/cjhp.v68i3.1456
- Triola, A. M. and Chanin, J. (2022). Police Culture, Transparency and Civilian Oversight: A Case Study of the National City Police Department. **International Journal of Police Science & Management**. Vol. 25 Issue 1 pp. 81-95. DOI: 10.1177/14613557221132490
- Vears, D. F. and Gillam, L. (2022). Inductive Content Analysis: A Guide for Beginning Qualitative Researchers. **Focus on Health Professional Education**. Vol. 23 No. 1 pp. 111-127. DOI: 10.11157/fohpe.v23i1.544
- Veltri, G. A., Villanueva, F. L., Folkvord, F., Theben, A., and Gaskell, G. (2020). The Impact of Online Platform Transparency of Information on Consumers' Choices. **Behavioural Public Policy**. Vol. 7 Issue 1 pp. 55-82. DOI: 10.1017/bpp.2020.11
- Vestby, A. and Vestby, J. (2021). Machine Learning and the Police: Asking the Right Question. **Policing: A Journal of Policy and Practice**. Vol. 15 Issue 1 pp. 44-58. DOI: 10.1093/police/paz035
- Vörösmarty, G., and Dobos, L. (2020). Green Purchasing Frameworks Considering Firm Size: Multicollinearity Analysis Using Variance Inflation Factor. **Supply Chain Forum: An International Journal**. Vol. 21 Issue 4 pp. 1-12. DOI: 10.1080/16258312.2020.1776090
- Wienroth, M. (2023). Technology in Policing, Policing in a Technological Society. Special Issue brief. **International Journal of Police Science & Management**. Vol. 25 Issue 3 pp. 223-225. DOI: 10.1177/14613557231200984
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row
- Zhao, B., Cheng, S., Schiff, K. J., and Kim, Y. (2023). Digital Transparency and Citizen Participation: Evidence from the Online Crowdsourcing Platform of the City of Sacramento. **Government Information Quarterly**. Vol. 40 Issue 4, 101868, DOI: 10.1016/j.giq.2023.101868



คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

RMUTI
ราชมงคลอีสาน

ผังการดำเนินงานของวารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

RMUTI JOURNAL Humanities and Social Sciences

1. ประเภทของบทความที่ตีพิมพ์

1.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่ได้จากงานวิจัย

1.2 บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่มีลักษณะดังนี้

1. เป็นบทความจากการทบทวนเอกสาร ซึ่งเป็นผลมาจากการวิจัยหลายๆ ครั้ง ถือเป็นบทความที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง
2. เป็นบทความนำเสนอกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบภาคสนาม รวมไปถึงเทคนิคการวิเคราะห์ใหม่ๆ
3. เป็นบทความที่มาจากประสบการณ์ หรือความชำนาญของผู้เขียน
4. เป็นบทความเกี่ยวกับนโยบายด้านต่าง ๆ ของหน่วยงาน

2. รูปแบบการพิมพ์บทความ

การตั้งค่าน้ำกระดาษ

- ระยะเวลาขอบ

ขอบบน (Top Margin) 2.54 ซม. ขอบล่าง (Bottom Margin) 2.54 ซม.

ขอบขวา (Right Margin) 2.54 ซม. ขอบซ้าย (Left Margin) 3.17 ซม.

- ระยะทางบรรทัด 1 เท่า

- รูปแบบตัวอักษร บทความภาษาไทยใช้ TH SarabunPSK

บทความภาษาอังกฤษใช้ Times New Roman

- การย่อหน้า 7 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 8

- จำนวนหน้า 12 หน้า แต่ไม่ควรเกิน 15 หน้า

- ชื่อบทความ ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 24 ตัวหนา

ภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 20 ตัวหนา

- ชื่อผู้เขียน ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 18 และจัดชิดซ้าย

ภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 และจัดชิดซ้าย

- ตัวเลขยก (ต่อท้ายนามสกุล) ขนาดตัวอักษร 18

- ท้าย ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 14

ภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 10

- ชื่อหัวเรื่องหลักในบทความ เช่น “บทคัดย่อ” “คำสำคัญ” “วิธีดำเนินการ” “ผลการวิจัย”

“สรุปผลการวิจัย” “กิตติกรรมประกาศ” “เอกสารอ้างอิง” จัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ

กรณีบทความภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 20 ตัวหนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา

- ชื่อหัวเรื่องรอง จัดขีดซ้ายหน้ากระดาษ

กรณีบทความภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 12 ตัวหนา

- เนื้อหาในส่วนต่าง ๆ และคำสำคัญ

กรณีบทความภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 16

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 12

- ชื่อตาราง

กรณีบทความภาษาไทย ข้อความ “ตารางที่ x” ใช้ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา วางด้านบน ชิดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยชื่อตารางที่เป็นตัวอักษรขนาด 16 ไม่หนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ข้อความ “Table x” ใช้ขนาดตัวอักษร 12 ตัวหนา วางด้านบน ชิดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยชื่อตารางที่เป็นตัวอักษรขนาด 12 ไม่หนา

- ชื่อรูปภาพ

กรณีบทความภาษาไทย ข้อความ “รูปที่ x” ใช้ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา วางด้านล่างจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยคำชื่อรูปที่เป็นตัวอักษรขนาด 16 ไม่หนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ข้อความ “Figure x” ใช้ขนาดตัวอักษร 12 ตัวหนา วางด้านล่างจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยคำชื่อรูปที่เป็นตัวอักษรขนาด 12 ไม่หนา

3. ส่วนประกอบของบทความแต่ละประเภท

3.1 บทความวิจัย จะประกอบไปด้วย

ก. ส่วนปก

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรกระชับรัด ไม่ยาวเกินไป บทความภาษาไทยชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทความภาษาอังกฤษชื่อเรื่องไม่ต้องมีภาษาไทย

2. ผู้เขียน (Authors) ชื่อเต็ม - นามสกุลเต็ม ของผู้เขียนทุกคน โดยให้รายละเอียดต้นสังกัดของผู้เขียนไว้ที่บรรทัดล่างสุดของหน้าแรก พร้อมทั้งระบุชื่อผู้เขียนประสานงาน (Corresponding Author) ด้วยการระบุ E-mail address ที่สามารถติดต่อได้ และให้ใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ด้วยกำกับไว้ต่อท้ายนามสกุล และตัวเลขยก ให้เขียนไว้ต่อท้ายนามสกุล เพื่อระบุที่อยู่ของผู้เขียน

3. บทคัดย่อ (Abstract) ควรสั้น ตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญของการศึกษา ประกอบไปด้วยเนื้อหา ได้แก่ วัตถุประสงค์ วิธีการ ผลการวิจัย และการอภิปรายผล เป็นต้น โดยเขียนลงใน 1 ย่อหน้า ถ้าบทความเป็นภาษาไทย จะต้องมีบทคัดย่อภาษาไทย 1 ย่อหน้า และภาษาอังกฤษ 1 ย่อหน้า โดยให้ภาษาไทยขึ้นก่อน เนื้อความในบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องมีความหมายเดียวกัน ความยาวของบทคัดย่อภาษาอังกฤษ กำหนดให้มีความยาวได้ไม่เกิน 300 คำ

4. คำสำคัญ (Key words) เป็นการกำหนดคำสำคัญที่สามารถไปใช้สืบค้นในระบบฐานข้อมูล หากเป็นบทความภาษาไทยต้องมีคำสำคัญ 2 ภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีความหมายตรงกัน ส่วนกรณีของบทความภาษาอังกฤษให้มีเพียงคำสำคัญในรูปแบบภาษาอังกฤษเท่านั้น จำนวนคำสำคัญที่กำหนดให้มีความสำคัญได้น้อย 3 คำ แต่ไม่เกิน 5 คำ

****หมายเหตุ :** เนื้อหาส่วนปกจะต้องเขียนให้อยู่ในกระดาษจำนวน 1 หน้า เท่านั้น

ข. ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ (Introduction) เพื่ออธิบายถึงความสำคัญของปัญหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงการทบทวนวรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2. วัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการ (Materials and Methods) / วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) อธิบายเครื่องมือและวิธีการดำเนินการวิจัยให้ชัดเจน

3. ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการทดลองอย่างชัดเจน ตรงประเด็น ควรมีรูปภาพและ/หรือ ตารางประกอบการอธิบายผลในตารางและรูปภาพ ต้องไม่ซ้ำซ้อนกัน รูปภาพและตารางของบทความที่เป็นภาษาไทย ให้บรรยายเป็นภาษาไทย รูปภาพและตารางของบทความที่เป็นภาษาอังกฤษ ให้บรรยายเป็นภาษาอังกฤษ

4. การอภิปรายผล (**Discussion**) เป็นการอภิปรายผลการวิจัย เพื่อให้ผู้อ่านมีความเห็นคล้อยตาม เพื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของผู้อื่น พร้อมทั้งเสนอแนวทางที่จะนำไปใช้ประโยชน์ผลการวิจัยและการอภิปรายผล (**Results and Discussion**) อาจนำมาเขียนตอนเดียวกันได้

5. บทสรุป (**Conclusion**) สรุปประเด็น และสาระสำคัญของการวิจัย

6. กิตติกรรมประกาศ (**Acknowledgements**) เพื่อแสดงความขอบคุณแก่ผู้ให้ความช่วยเหลือในการวิจัย อาจมีหรือไม่มีก็ได้

7. เอกสารอ้างอิง (**References**) เป็นรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนของเนื้อเรื่อง เพื่อใช้เป็นหลักในการค้นคว้าวิจัย จำนวนเอกสารที่นำมาอ้างอิงตอนท้ายต้องมีจำนวนตรงกับที่ถูกอ้างอิงไว้ในส่วนของเนื้อเรื่องที่ปรากฏในบทความเท่านั้น การจัดเรียงให้เรียงตามลำดับตัวอักษร โดยให้ยึดถือรูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงตามที่ทางวารสาร มทร.อีสาน กำหนด

3.2 บทความวิชาการ จะประกอบไปด้วย

ก. ส่วนปก

มีส่วนประกอบเหมือนบทความวิจัย และเขียนให้อยู่ในกระดาษ จำนวน 1 หน้า เท่านั้น

ข. ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ (**Introduction**) เป็นส่วนของที่มาของมูลเหตุของการเขียนบทความ

2. วิธีการศึกษา/วิธีดำเนินการ (**Method**) (ถ้ามี) เป็นการอธิบายวิธีการศึกษา หรือการดำเนินการตามประเภทของบทความวิชาการ

3. ผลการศึกษา/ผลการดำเนินการ (**Results**) เป็นการเสนอผลอย่างชัดเจน ตามประเด็น โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษาหรือดำเนินการ

4. สรุป (**Conclusion**) สรุปประเด็น และสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา

5. เอกสารอ้างอิง (**References**) ใช้รูปแบบที่วารสาร มทร.อีสาน กำหนด

4. การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องของบทความ (**In-text Citations**)

การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องใช้รูปแบบ IEEE ระบบนามปี (**Name-year System**) เท่านั้น โดยเริ่มจากชื่อผู้แต่ง แล้วตามด้วยปีที่เผยแพร่เอกสารนั้น ถ้าเป็นภาษาอังกฤษให้ใช้เพียงชื่อสกุลนำหน้า แล้วตามด้วยปีที่เผยแพร่เอกสาร เช่น (Elliott, K. S., 2002) ถ้าเป็นเอกสารภาษาไทยให้ใช้ชื่อต้นนำหน้าและปีที่เผยแพร่เอกสาร เช่น (ศตวรรษ, 2554) ในกรณีที่ผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่ชื่อครบทุกคน เช่น (กรรณ และ ลิทธิชัย, 2548) (Harajli, M. H. and Naaman, A. E., 1984) และถ้ามากกว่า 2 คน ให้ใส่เฉพาะชื่อคนแรก แล้วตามด้วย “และคณะ” เช่น (จักษดา และคณะ, 2556) ถ้าเป็นภาษาอังกฤษใช้ “et al.” เช่น (Sadrmomtazi et al., 2009)

การเขียนรายการเอกสารอ้างอิง (**Reference list**)

1. หนังสือ

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

อำไพ พรประเสริฐสกุล. (2540). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ : **System Analysis and Design**. พิมพ์ครั้งที่ 3.

กรุงเทพฯ : ดวงกมล

Herren, Ray V. (1994). **The Science of Animal Agriculture**. Albany, N.Y.: Delmar Publishers

2. หนังสือแปล

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่องของหนังสือแปล// แปลจาก(ชื่อเรื่องในภาษาเดิม).// โดย/ชื่อผู้แปล.// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

ไมเยอร์ ราล์ฟ. (2540). พจนานุกรมศัพท์และเทคนิคทางศิลปะ แปลจาก A Dictionary of Art terms and techniques. โดย มะลิฉัตร เอื้ออำนันท์. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ

Grmek, Mirko D. (1990). **History of AIDS : Emerging and Origin of a Modern Pandemic**. Translated by Russell C. Maulitz, and Jacalyn Duffin. Princeton, N.J.: University Press

3. บทความหรือบทในหนังสือ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ใน/ชื่อเรื่อง.// ชื่อบรรณาธิการ หรือผู้รวบรวม. (ถ้ามี)// หน้า/เลขหน้า.// สถานที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

ชัยพร. (2518). การสอนในระดับอุดมศึกษา. ใน การสอนและการวัดผลการศึกษา หน้า 1-30. พระนคร : ฝ่ายวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

McTaggart, J. M. E. (1993). The Unreality of Time. In **Philosophy of Time**. Robin Le Poidevin, and Murray MacBeath, eds. pp. 23-34. Oxford : OxfordUniversity Press

4. บทความในหนังสือรายงานประชุมทางวิชาการ/สัมมนาทางวิชาการ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ชื่อบรรณาธิการ (ถ้ามี).// ใน/ชื่อเรื่องรายงานการประชุม.// หน้า/เลขหน้า.// สถานที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

อาวุธ ณ ลำปาง. (2526). พิษไรในระบบการปลูกพืช. ใน รายงานการสัมมนาระดับชาติเรื่องการเกษตรในเขตใช้น้ำฝนของภาคใต้. หน้า 138-150. กรุงเทพมหานคร : กรมวิชาการเกษตร

Beales, P. F. (1980). The Status of Malaria in Southeast Asia. In **Proceedings of the Third Asian Congress of Pediatrics**. Aree Valyasevi, and Vidhaya Mekanandha, eds. pp. 52-58. Bangkok: Bangkok Medical Publisher

5. วารสาร

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ชื่อวารสาร.// ปีที่.// ฉบับที่.// หน้า/เลขหน้า.// DOI:

ตัวอย่างเช่น

จักขดา อารังวุฒิ และสิทธิชัย แสงอาทิตย์. (2549). ผลของความยาวระยะฝังเหล็กทรงน้ำที่มีต่อคานคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 หน้า 11-19

Aparicio, A. C., Ramos, G. and Casas, J. R. (2002). Testing of Externally Prestressed Concrete Beams. **Engineering Structures**. Vol. 24 No. 1 pp. 73-84

6. บทความในหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียน.// (ปี./วัน./เดือน).// ชื่อบทความ.// ใน/ชื่อหนังสือพิมพ์.// หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

ประสงค์ วิสุทธิ. (2537. 19. มีนาคม). สิทธิของเด็ก. ใน มติชน. หน้า 18

Vitit Muntarbhorn. (1994. 21.March). **The Sale of Children as a Global Dilemma**. Bangkok Post. p. 4

7. บทความในสารานุกรม

ชื่อผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ใน/ชื่อสารานุกรม.// เล่มที่.// หน้า/เลขหน้า-เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

ศักดิ์ศรี แยมน์ดดา. (2552-2553). มหาภารตะ. ใน สารานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน. เล่มที่ 22 : หน้า 14354-14369

Morrow, Blaine Victor. (1993). Standards for CD-Rom Retrieval. **Encyclopedia of Library and Information Science**. 51 : pp. 380-389

8. วิทยานิพนธ์

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อวิทยานิพนธ์.// ระดับวิทยานิพนธ์/ชื่อสาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย
ตัวอย่างเช่น

กษิต แผลมทองมงคล. (2551). การผลิตถ่านกัมมันต์อัดแท่งจากผงแอมทราไซด์ด้วยตัวประสานกากน้ำตาล. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Phillips, O. C., Jr. (1962). **The Indfluence of Ovidd on Lucan's Bellum Civil**. Ph.D. Dissertation University of Chicago

9. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (สื่ออิเล็กทรอนิกส์) : www

ผู้เขียน.//ปี.//ชื่อบทความ.//ชื่อวารสารหรือนิตยสาร.//ปีที่ (เดือนหรือฉบับที่): เลขหน้า(ถ้ามี).//เข้าถึงเมื่อ (วัน เดือน ปีที่ค้นข้อมูล)/เข้าถึงได้จาก (ที่อยู่ของบทความหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์)/(URL)

ตัวอย่างเช่น

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2547). มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนถ่านอัดแท่ง. เข้าถึงเมื่อ (25 มีนาคม 2552). เข้าถึงได้จาก (http://www.tisi.go.th/otop/pdf_file/tcps238_47.pdf)

Department of the Environment and Heritage. (1999). **Guide to Department and Agency Libraries**. Access (17 November 2000). Available (<http://www.erin.gov.au/library/guide.html>)

10.จดหมายเหตุ คำสั่ง ประกาศ

ชื่อหน่วยงาน.// (ปี,/วัน,/เดือน).//ชื่อของเอกสาร.//เลขที่ของเอกสาร(ถ้ามี).

ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยบูรพา. (2533, 13, กุมภาพันธ์). กำหนดการเกี่ยวกับการเรียนการสอนประจำปีการศึกษา 2534. ประกาศ มหาวิทยาลัยบูรพา.

11.ราชกิจจานุเบกษา

ชื่อกฎหมาย.// (ปี,/วัน,/เดือน).//ราชกิจจานุเบกษา.//ตอนที่.//หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการรับแลกเปลี่ยนเหรียญกษาปณ์ชำรุด พ.ศ. 2548. (2548, 29, ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา. ตอนที่ 122(126 ก). หน้า 12-14

12.ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

ชื่อหน่วยงาน.// (ปีที่พิมพ์).//ชื่อหนังสือ/เล่มที่(ถ้ามี).//ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).//เมืองที่พิมพ์.//สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2552). รายงานประจำปี 2551. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

13.มีเฉพาะชื่อบรรณาธิการเป็นผู้รวบรวม

ชื่อบรรณาธิการ หรือผู้รวบรวม หรือผู้เรียบเรียง.// (ปีที่พิมพ์.)/ //ชื่อหนังสือ.//เล่มที่ (ถ้ามี)//ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี)//
เมืองที่พิมพ์.//สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

เรื่องวิทย์ ลิ้มปนาท. (2543). ท้องถิ่น-อินเดีย. ชลบุรี: ภาควิชาประวัติศาสตร์คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

5. รูปแบบการใส่รูปภาพในเนื้อหาบทความ

- 1) ชื่อรูปภาพห้ามขึ้นต้นด้วยคำว่า “แสดง”
- 2) รูปภาพที่แสดงต้องมีคำอธิบายอยู่ในเนื้อหาบทความที่มีการระบุถึงรูปภูษนั้น ๆ
- 3) คำอธิบายรูปภาพ ให้เขียนไว้ได้รูปภาพแต่ละรูปภาพ โดยจัดรูปภาพไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ และคำอธิบายจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ
- 4) ไฟล์ของรูปภาพต้องเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล .jpg, .png, .tiff หรือ .eps เท่านั้น ความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi
- 5) ลายเส้นที่ปรากฏบนรูปภาพต้องมีความคมชัด กรณีที่เป็นรูปภาพ ต้องระบุชื่อแกนต่าง ๆ ให้ครบถ้วน
- 6) กรณีที่มีรูปภูษย่อย ควรจัดให้รูปภูษย่อยทั้งหมดอยู่ในหน้าเดียวกัน สำหรับบทความภาษาไทย ให้เขียนคำบรรยายได้ชื่อรูปย่อยแต่ละรูป และกำหนดลำดับของรูปภูษด้วยตัวอักษร ตัวอย่างเช่น



(ก) รูปย่อยที่ 1



(ข) รูปย่อยที่ 2

รูปที่ 1 ตัวอย่างการเขียนคำอธิบายรูปภูษ

สำหรับบทความภาษาอังกฤษ ให้ใช้อักษร (a), (b),... แทนการกำหนดรูปภูษย่อย

- 7) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนรูปภาพ ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังจากชื่อรูปภาพ ให้เว้น 1 บรรทัด
- 8) การใช้ภาพสี อาจทำให้เกิดความสวยงาม แต่ให้คำนึงถึงการสื่อความหมายกรณีที่มีการจัดพิมพ์เอกสารแบบขาวดำเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ กรณีที่เป็นกราฟควรกำหนดลักษณะเส้นที่แตกต่างกัน เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ เมื่อมีการจัดพิมพ์แบบขาว - ดำ
- 9) ขนาดของรูปต้องไม่ใหญ่เกินกว่าความกว้างของหน้ากระดาษที่กำหนดไว้
- 10) หากเป็นการคัดลอกรูปภูษมาจากที่อื่น ผู้เขียนควรมีการอ้างอิงแหล่งที่มาให้ถูกต้อง

6. รูปแบบการใส่ตารางในเนื้อหาบทความ

- 1) ชื่อตารางห้ามขึ้นต้นด้วยคำว่า “แสดง”
- 2) ตารางที่แสดงต้องมีคำอธิบายอยู่ในเนื้อหาบทความที่มีการระบุถึงตารางนั้น ๆ
- 3) คำอธิบายตาราง ให้เขียนไว้ด้านบนของตาราง โดยจัดคำอธิบายไว้ชิดขอบด้านซ้ายของหน้ากระดาษ และตารางอยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ควรจัดเนื้อหาตารางให้อยู่บนหน้าเดียวกัน กรณีที่ตารางมีความยาวเกินหน้ากระดาษ ให้ใส่ชื่อตาราง “ตารางที่ x” ไว้ที่ด้านบนของตารางในหน้าแรก และใส่ชื่อตาราง “ตารางที่ x (ต่อ)” ไว้ที่ด้านบนของตารางในหน้าถัดไป
- 4) ขนาดของตารางต้องไม่ใหญ่เกินกว่าความกว้างของหน้ากระดาษที่กำหนดไว้
- 5) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนชื่อตาราง ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังสิ้นสุดตาราง ให้เว้น 1 บรรทัด
- 6) การกำหนดเส้นขอบตาราง ให้กำหนดเฉพาะเส้นด้านบน และด้านล่างของบรรทัด ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการนำเสนอตาราง

Table Head	Table Column Head	
	Subhead (unit)	Subhead (unit)
xxx	123	456
xxx	321	654

7. รูปแบบการใส่สมการในเนื้อหาบทความ

- 1) จัดตำแหน่งของสมการไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
- 2) พิมพ์สมการด้วยโปรแกรม MathType โดยใช้รูปแบบตัวอักษร Times New Roman ขนาด 11
- 3) ระบุเลขลำดับสมการโดยเขียนไว้ในวงเล็บ จัดตำแหน่งเลขสมการชิดขวาของหน้ากระดาษ เช่น

$$y = ax + b \quad (1)$$

- 4) ทุกสมการต้องมีการอ้างถึงในเนื้อหา ให้ระบุเลขและเขียนไว้ในวงเล็บ เช่นเดียวกับที่ปรากฏในสมการ
- 5) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนสมการ ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังสมการ ให้เว้น 1 บรรทัด

8. การดำเนินงานของกองบรรณาธิการ

- 1) ทุกบทความที่ส่งเข้าวารสาร ต้องส่งผ่านระบบออนไลน์ที่ https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/index
- 2) บทความที่ถูกส่งเข้ามายังระบบ กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้นเกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป บทความที่ไม่ดำเนินการตามรูปแบบที่กำหนดจะไม่รับเข้าสู่กระบวนการพิจารณา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และจะส่งกลับเพื่อทำการแก้ไข ดังนั้น เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในเข้าสู่กระบวนการพิจารณาผล ผู้เขียนควรดำเนินการจัดทำวารสารให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดอย่างเคร่งครัด
- 3) เมื่อบทความผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ลงในวารสาร และผู้เขียนได้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามข้อกำหนดของวารสารเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้เขียนจะได้รับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความเพื่อเป็นการยืนยัน
- 4) หากทางวารสารตรวจพบว่าบทความที่ถูกส่งเข้ามามีการคัดลอก หรือเผยแพร่ในที่อื่น ๆ ก่อนหน้า หรือมีการดำเนินการใด ๆ อันเป็นการกระทำที่ผิดจรรยาบรรณของนักวิจัย ทางวารสารจะดำเนินการทำหนังสือแจ้งไปยังหน่วยงานต้นสังกัด และระงับการพิจารณาและรับบทความจากผู้เขียนบทความนั้นเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี
- 5) กระบวนการพิจารณาบทความ กองบรรณาธิการวารสารใช้กระบวนการพิจารณาบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ต่อ 1 บทความ บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องแบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)



แบบฟอร์มการส่งบทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า(นาย/นาง/นางสาว).....

ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งทางวิชาการ

หน่วยงาน

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก.....

.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....โมบาย.....

e-mail.....

ขอส่ง ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

สาขาของบทความ ☐ General Arts and Humanities ☐ Marketing

☐ General Business, Management and Accounting ☐ General Social Sciences

☐ Organizational Behavior and Human Resource Management

ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

.....

.....

(ภาษาอังกฤษ)

.....

.....

ชื่อผู้เขียนร่วม

1.

2.

3.

4.

ขอเสนอชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง

1. ชื่อ-สกุล.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
คุณวุฒิ.....สาขาที่เชี่ยวชาญ.....
หน่วยงานที่สังกัด.....
ที่อยู่สำหรับส่งเอกสาร.....

หมายเลขโทรศัพท์.....Email.....

2. ชื่อ-สกุล.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
คุณวุฒิ.....สาขาที่เชี่ยวชาญ.....
หน่วยงานที่สังกัด.....
ที่อยู่สำหรับส่งเอกสาร.....

หมายเลขโทรศัพท์.....Email.....

หมายเหตุ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องมีตำแหน่งทางวิชาการ ระดับ ผศ. ขึ้นไป หรือจบการศึกษาระดับปริญญาเอก และต้องไม่สังกัดหน่วยงานเดียวกับผู้ประพันธ์
2. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาผลงานทางวิชาการ
3. เจ้าของบทความที่ผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ลงในวารสาร จะต้องสมัครสมาชิกวารสาร มทร.อีสาน อย่างน้อย 1 ปี เพื่อเป็นการยืนยันการตีพิมพ์บทความลงในวารสาร

ข้าพเจ้าได้รับทราบและยินดีปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ในแบบฟอร์มแนบท้าย ซึ่งมีรายละเอียดอยู่ใน “คำแนะนำผู้เขียน” ที่ทางกองบรรณาธิการ วารสาร มทร.อีสาน ได้กำหนดขึ้น และยินดีให้กองบรรณาธิการมีสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณาหากไม่จัดรูปแบบตามที่กำหนดยินยอมให้มีสิทธิ์ในการเลือกสรรหาผู้กลั่นกรองโดยอิสระเพื่อพิจารณาค้นฉบับที่ข้าพเจ้า (และผู้แต่งร่วม) ส่งมา ยินยอมให้กองบรรณาธิการสามารถตรวจแก้ไขต้นฉบับดังกล่าวได้ตามที่เห็นสมควร และข้าพเจ้า “ขอรับรองว่า บทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน ไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น และยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน”

หากข้าพเจ้ามีความประสงค์ในการขอยกเลิกการพิจารณาบทความหลังจากวันที่ได้รับหนังสือยืนยันการรับบทความ ข้าพเจ้ายินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่มหาวิทยาลัยฯ ดำเนินการตามกระบวนการของวารสาร มทร.อีสาน ตามที่จ่ายจริง

ลงชื่อ.....
(.....)



หนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ขอรับรองว่าบทความ.....

เรื่อง
.....
โดย
.....

ได้ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน ๓ ท่าน
แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)
และตีพิมพ์ใน วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ปีที่..... ฉบับที่.....(.....-..... พ.ศ.....)

(.....)

บรรณาธิการ วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน



RMUTI JOURNAL

Humanities and Social Sciences
Vol. 11, No. 2, (July – December 2024)

Institute of Research and Development
Rajamangala University of Technology Isan

- 📍 744 Suranarai Road, Muang, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand
 - ☎ Tel. (66) 4423 3063 Fax. (66) 4423 3064
 - ✉ E-mail: rmuti.journal@gmail.com
 - 🌐 https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/index
- 